

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. LatarBelakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Maksud dan Tujuan Kegiatan	4
1.4. Referensi Hukum	5
1.5. Luaran Kegiatan	6
BAB II KAJIAN TEORI	
2.1. Pasar Tradisional.....	8
2.2. Manajemen Pengelolaan Pasar.....	11
2.3. Perkembangan Pasar Tradisional.....	13
2.4. Pergeseran Masyarakatke Pasar Modern	13
2.5. Revitalitasi Pasar Tradisional.....	14
2.6. Konsep Sektor Informal	15
2.7. Konsep Pedagang Kaki Lima.....	19
2.8. Teori Struktural Fungsional	23
2.9. Strategi Adaptasi	25
2.10. Jaringan Sosial	26
2.11. Pengertian Strategi.....	27
2.12. Manajemen Strategi.....	28
2.13. Kerangka Berpikir Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	32
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	32
3.3. Sasaran, Lokasi Penelitian, dan Obyek Penelitian	34
3.4. Variabel Operasional	35
3.5. Metode Pengumpulan Data	35
3.6. Alat Analisis SWOT	36
BAB IV GAMBARAN UMUM KOTA PEKALONGAN	
4.1. Gambaran Wilayah KotaPekalongan.....	38
4.2. PertumbuhanPenduduk	39
4.3. Kepadatan Penduduk	41
4.4. Struktur Penduduk Menurut Mata Pencaharian dan Pendidikan	42
4.5. Sarana Perdagangan	45
4.6. Tingkat Pendapatan Ekonomi Rumah Tangga	46

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1.DeskripsiData	49
5.1.1. Karakteristik Umum Responden.....	49
5.1.2. Pedagang.....	58
5.1.3. Pengunjung.....	67
5.1.4. Masyarakat Sekitar.....	72
5.2. Pembahasan	74
5.3. Analisis SWOT	84
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Simpulan.....	89
6.2. Rekomendasi	90
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Variabel Operasional	34
Tabel 4.1. Pertumbuhan Penduduk Kota Pekalongan Tahun 2011-2015..	40
Tabel 4.2. Kepadatan Penduduk	41
Tabel 4.3. Jumlah Pekerja Menurut Lapangan Usaha di Kota Pekalongan	42
Tabel 4.4. Jumlah Penduduk Menurut Status Pekerjaan	43
Tabel 4.5. PDRB Kota Pekalongan Menurut Harga Konstan dan Pengeluaran	47
Tabel 5.1. Jumlah Pedagang, Pengunjung, dan Warga Sekitar	51
Tabel 5.2. Jumlah Responden Menurut Umur	52
Tabel 5.3. Jumlah Responden Menurut Tingkat Pendidikan	53
Tabel 5.4. Jumlah Responden Menurut Pekerjaan	54
Tabel 5.5. Jumlah Responden Yang Mengetahui Pemanfaatan RTH Sorogenen	55
Tabel 5.6. Jumlah Responden Yang Berharap Pasar Burung Dilestarikan	57
Tabel 5.7. Jumlah Responden Yang Berpendapat adanya Tempat Khusus	58
Tabel 5.8. Rekapitulasi Hasil	74
Tabel 5.9. Pasar Aktual dan Pasar Potensial	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Kerangka Berpikir Penelitian	31
Gambar 3.1.	MatrikSWOT	37
Gambar 4.1.	Peta Kota Pekalongan Provinsi Jawa Tengah	39
Gambar 4.2.	Pertumbuhan Ekonomi Nasional, Jawa Tengah dan Kota Pekalongan	44
Gambar 4.3.	Golongan Pengeluaran Penduduk Kota Pekalongan Tahun 2016	48
Gambar 5.1.	Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin	50
Gambar 5.2.	Jumlah Responden Menurut Umur Responden	51
Gambar 5.3.	Jumlah Responden Menurut Tingkat Pendidikan	52
Gambar 5.4.	Jumlah Responden Menurut Tingkat Status Pekerjaan	53
Gambar 5.5.	Jumlah Responden Yang Mengetahui Pemanfaatan RTH Sorogenen	54
Gambar 5.6.	Jumlah Responden Yang Berharap Pasar Burung Dilestarikan	56
Gambar 5.7.	Jumlah Responden Yang Berpendapat Adanya Tempat Khusus	57
Gambar 5.8.	Daerah Asal Pedagang	59
Gambar 5.9.	Jumlah Responden Menurut Lamanya Berdagang	60
Gambar 5.10.	Jumlah Responden Menurut Pendapatan Pekerjaan Pokok .	61
Gambar 5.11.	Jumlah Responden Menurut Motivasi Berdagang di Sorogenen	61
Gambar 5.12.	Jumlah Responden Menurut Banyaknya Produk Yang Dijual	62
Gambar 5.13.	Jumlah Responden Menurut Harga Produk	63
Gambar 5.14.	Jumlah Responden Menurut Penerimaan Per Minggu	64
Gambar 5.15.	Jumlah Responden Menurut Pungutan	64
Gambar 5.16.	Kelebihan Pasar Sorogenen Menurut Pedagang	66
Gambar 5.17.	Jumah Responden Menurut Daerah Asal	67
Gambar 5.18.	Jumlah Responden Menurut Tingkat Pendapatan	68
Gambar 5.19.	Jumlah Responden Menurut Motivasi	69
Gambar 5.20.	Jumlah Responden Menurut Alasan Bertransaksi	70
Gambar 5.21.	Keberadaan Pasar Burung Malam Selain di Sorogenen	71
Gambar 5.22.	Kelebihan Pasar Burung Malam	71
Gambar 5.23.	Keberadaan Pasar Burung Malam Bagi Masyarakat Sekitar	72
Gambar 5.24.	Dampak Perekonomian Menurut Masyarakat	73
Gambar 5.25.	MatrikSWOT	86

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Pekalongan adalah kota kecil yang berada di kawasan pantai utara Pulau Jawa (Pantura) yang sudah sejak lama dikenal sebagai kota batik dan perdagangan. Berbagai kegiatan ekonomi di bidang batik, perikanan, dan perdagangan aneka produk yang dikerjakan secara kreatif berkembang pesat di Kota Pekalongan. Oleh karena itu tidak mengherankan jika UNESCO pada tanggal 1 Desember 2014 menetapkan Kota Pekalongan sebagai salah satu anggota jejaring kota kreatif dunia. Kota Pekalongan memperoleh predikat kota kreatif untuk kategori kerajinan dan kesenian rakyat (*craft and folk art*).

Sebagai salah satu daerah dengan julukan “Kota Perdagangan”, mempunyai konsekuensi bagi pemerintah Kota Pekalongan untuk mengupayakan penyediaan sarana dan prasarana perdagangan yang diperlukan bagi pengembangan usaha perdagangan yang ada, diantaranya adalah memfasilitasi tersedianya “pasar”. Pasar merupakan lembaga ekonomi tempat bertemunya pembeli dan penjual baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan transaksi perdagangan (pasal 1 Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan).

Menurut cara transaksi yang dilakukan, pasar dibedakan menjadi 2 macam yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar (pasal 1 Perpres Nomor 112 tahun 2007). Sedangkan pasar modern adalah pasar yang bersifat modern dimana barang-barang diperjual belikan dengan harga pas dan dengan layanan sendiri. Tempat berlangsungnya pasar ini adalah di mall, plaza, dan tempat-tempat modern lainnya.

Selain itu, jenis pasar juga bisa dilihat dari jenis barangnya, seperti pasar yang hanya menjual satu jenis barang tertentu, misalnya pasar hewan, pasar sayur, pasar buah, pasar ikan dan daging serta pasar loak. Salah satu jenis pasar yang berkembang di Kota Pekalongan adalah “pasar burung”, yang salah satunya bertempat di lapangan Sorogenen Kecamatan Pekalongan Timur dimana transaksinya berlangsung



pada malam hari “Pasar Burung Malam”. Pasar burung ini memiliki prospek perkembangan yang cukup baik dan dapat memberi kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah melalui retribusi (retribusi tempat usaha, retribusi parkir, dan sebagainya). Pedagang burung di pasar Sorogenen melakukan transaksi usaha pada malam hari dengan menempati los dan kios yang tersedia atau yang tidak memiliki tempat usaha tetap, sedangkan pembelinya sebagian besar merupakan komunitas penggemar burung yang berasal tidak hanya dari Kota pekalongan tetapi juga dari daerah lain seperti Batang dan KAJEN.

Namun demikian keberadaan “Pasar Burung Malam” ini sebenarnya kurang representatif karena lokasinya menempati areal taman kota dan ruang terbuka hijau (RTH) yang sudah didesain dengan selter pedagang kaki lima di sebelah utara dan selatan taman. Transaksi yang dilakukan setiap malam hari juga dikhawatirkan mengganggu keamanan masyarakat yang bertransaksi, mengganggu ketertiban umum, dan juga bisa merusak lingkungan taman dan RTH yang ada. Disamping itu, pengelolaan “Pasar Burung Malam” di kawasan lapangan Sorogenen juga perlu memperhatikan aspek kesehatan yang ditimbulkan akibat perdagangan burung agar memenuhi persyaratan sebagai pasar sehat. Pasar sehat adalah kondisi pasar yang bersih, nyaman, aman dan sehat melalui kerjasama seluruh *stakeholder* terkait dalam menyediakan pangan yang aman dan bergizi bagi masyarakat (Permenkes Nomor 519 Tahun 2008).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang harus diteliti dan dikaji dalam kegiatan analisis kelayakan atas keberadaan “Pasar Burung Malam” di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Sorogenen dan sikap pelaku pasar serta masyarakat sekitar atas aktivitasnya sebagai berikut:

1. Bagaimana aktivitas “Pasar Burung Malam” sebagai daya tarik Pedagang dan pengunjung serta analisa potensi pasar sebagai strategi perencanaan pengembangan Pasar.
2. Bagaimanakah tanggapan dan sikap masyarakat atas keberadaan “Pasar Burung Malam”
3. Bagaimana strategi perencanaan pengembangan “Pasar Burung Malam” secara berkelanjutan (*Sustainable Market*).

1.3. Maksud dan Tujuan Kegiatan

Maksud dari dilakukannya kajian tentang keberadaan “Pasar Burung Malam” di lapangan Sorogenen ini adalah agar terbentuk sebuah pasar sehat di mana aktivitas perdagangan berjalan dengan baik, tidak mengganggu keamanan, lingkungan/keindahan, dan ketertiban umum.

Sedangkan tujuan dilakukannya kajian “Pasar Burung Malam” ini adalah sebagai berikut::

1. Mengetahui dan menganalisis aktivitas “Pasar Burung Malam” sebagai daya tarik Pedagang dan pengunjung serta analisa potensi pasar sebagai strategi perencanaan pengembangan Pasar.
2. Mengetahui dan menganalisis tanggapan dan sikap masyarakat atas keberadaan “Pasar Burung Malam”
3. Menentukan strategi perencanaan pengembangan “Pasar Burung Malam” secara berkelanjutan (*Sustainable Market*).

1.4. Referensi Hukum

1. Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan menengah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 59, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4844
2. Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5512
3. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern

4. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2012
Tentang Pedoman Penataan Dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima
5. Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor :
519/Menkes/SK/VI/2008 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pasar Sehat
6. Peraturan Daerah Kota Pekalongan Nomor 38 tahun 2011 tentang Retribusi
Pelayanan Pasar
7. Peraturan Daerah Kota Pekalongan Nomor 30 Tahun 2011 tentang Rencana
Tata Ruang Wilayah Kota Pekalongan Tahun 2009 – 2029
8. Peraturan Walikota Pekalongan Nomor 15 Tahun 2006 tentang Penataan dan
Penetapan Lokasi pedagang Kaki Lima di Wilayah Kota Pekalongan

1.5. Luaran Kegiatan

Luaran kegiatan adalah tersusunnya dokumen Kajian “ Pasar Burung Malam” di Lapangan Sorogenen dan rekomendasi bagi pemerintah Kota Pekalongan, dengan sistematika penulisan laporan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN : Latar belakang keberadaan “Pasar Burung Malam” dan studi potensi, rumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, referensi hukum pasar, dan Luaran Kegiatan.

BABA II TINJUAN TEORITIS :Tinjauan teoritis yang berhubungan dengan pasar, pasar tradisional, pedangan kaki lima, analisis SWOT, penataan kawasan perdagangan dan Pendapatan Asli Daerah

BAB III METODE PENELITIAN :Metode penelitian untuk mencapai tujuan kegiatan yang mencakup jenis penelitian, sasaran lokasi obyek penelitian, definisi operasional, jenis dan metode pencarian data, dan alat analisis yang digunakan.

BAB IV GAMBARAN OBJEK PENELITIAN : Gambaran obyek penelitian yang mencakup gambaran demografis daan geografis, kondisi perekonomian Kota Pekalongan, sarana perdagangan, mata pencaharian penduduk, Pengeluaran Penduduk.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN : Deskripsi data dan hasil analisis SWOT, serta strategi kebijakan.

BAB VI SIMPULAN DAN REKOMENDASI : Simpulan dan rekomendasi terkait dengan analisis data dan pembahasan. Rekomendasi ditujukan terhadap kelayakan dan eksistensi “Pasar Burung Malam” di Lapangan Sorogenen,

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar (Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Tentang Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern).

Dalam pasar tradisional transaksi barang tidak dapat ditarik menurut perspektif dikhotomis “keuntungan yang maksimal, kerugian yang minimal”. Seorang pedagang tidak sekedar menerima uang dan pihak lain menerima barang, tetapi terdapat kebutuhan sosial yang ingin didapat dari pihak lain, yakni penghargaan yang bersifat timbal-balik berlangsung dalam hubungan yang setara, terjalin ikatan hubungan personal emosional. Demikian juga dengan konsumen/pelanggan tidak semata mendapat sesuatu barang yang diperlukan, tetapi terdapat “kepuasan” lain yang diperlukan,

diantaranya tempat dan dengan siapa penjual yang dihadapinya. Dalam budaya masyarakat timur, berbelanja sambil bersosialisasi adalah lebih menjadi preferensi dari pada berbelanja secara *individualis*, maka berbelanja sambil tukar bicara adalah salah satu modus pemuas kebutuhan, atau sebagai salah satu bagian yang menyertai komoditi yang harus dipenuhi.

Dalam penelitian S.Leksono (2009) menemukan bahwa pasar tradisional adalah sebagai modus interaksi sosial-budaya bahkan pasar juga mengandung fungsi religius sebagai sarana ibadah. Selain itu pasar tradisional dengan harga luncurnya padanya terkandung *transaction cost* dan bahkan *asymmetric information*. Dari korbanan waktu, proses tawar-menawar adalah merupakan biaya transaksi, akan tetapi jika didalamnya berlangsung pula proses komunikasi yang dapat menunjukkan kejelasan tentang karakter obyek barang yang diperjual belikan serta terjadi proses penyesuaian harga maka *asymmetric information* akan menyusut jauh. Disini proses transaksi mempunyai peluang akan berkelanjutan berdasarkan interaksi sosial yang terjadi karena diantara keduanya menjadi saling kenal.

Dari hasil temuan lapangan dapat dideskripsikan bahwa kondisi pasar tradisional saat ini adalah sebagi berikut:

- 1) Fisik:
 - a. Bangunan
 1. Bangunan yang relatih tua, sebagian semakin rapuh tanpa renovasi

2. Belum adanya standarisasi penggunaan bahan bangunan dan bahan, kebanyakan bahan yang dipergunakan adalah bahan yang murah dan tidak tahan lama
 3. Arsitek bangunan tidak menarik
 4. Warna bangunan yang semakin memudar yang menyebabkan bangunan terlihat kumuh.
- b. Infrastruktur
1. Perpecahan yang kurang memadai baik berasal dari alam maupun dari sumber listrik (PLN) sehingga menimbulkan kesan gelap dan remang-remang.
 2. Sirkulasi udara yang kurang baik
 3. Kurang baiknya sistem drainase
 4. Kurang terdapatnya akses pengunjung yang baik
 5. Tidak terdapat sirkulasi barang dan pengunjung baik yang masuk kedalam maupun yang keluar dari pasar.
 6. Kurang terdapatnya fasilitas umum dan fasilitas sosial seperti ATM, P3K, toilet, dan tempat ibadah yang memadai.
 7. Tidak tersedianya tempat parkir yang memadai dan aman.

- c. Perencanaan tata ruang pasar
 - 1. Belum efektifnya sistem zoning berdasarkan komoditi dan kriteria barang yang dijual, sehingga masih menyulitkan konsumen dalam menemukan jenis barang yang dibutuhkan.
 - 2. Belum adanya pemisahan antara komoditi basah dan kering.
 - 3. Belum adanya papan petunjuk arah zoning yang dapat menjadi panduan bagi pengunjung.
 - 4. Distribusi pedagang yang tidak merata, menumpuk di satu tempat sedangkan di tempat lain kosong.
 - 5. Tempat penampungan sampah yang belum memadai (tidak dapat menampung sesuai kapasitas yang dibutuhkan).
 - 6. Minimnya tempat sampah yang tidak dapat dipergunakan bagi pedagang dan pengunjung pasar
 - 7. Fasilitas bongkar muat yang kurang memadai, seringkali menjadi satu dengan akses pelanggan.

2.2. Manajemen/ Pengelolaan pasar

a. Pengelola pasar

- 1. belum memikirkan kepentingan pedagang dan pengunjung
- 2. Tidak transparan dan professional
- 3. Keterbatasan wawasan dan visi dari pengelola pasar
- 4. Kesulitan dalam pengaturan tata letak (*layout*) pasar
- 5. Belum tegasnya menegakkan aturan yang berlaku

6. Terbatasnya dana pengembangan pasar.

b. Pedagang

1. pedagang belum bisa mengkhususkan diri untuk menjual satu jenis barang dagangan.
2. Belum terpenuhinya standar barang yang diperdagangkan
3. Tidak adanya kepastian harga pokok barang dagangan dari pemasok.
4. Tidak adanya kepastian harga barang yang terjual kepada konsumen/pembeli
5. Penampilan barang dagangan yang kurang apik dan bersih
6. Pelayanan yang masih kurang terhadap konsumen
7. Kurangnya pengetahuan mengenai peraturan perlindungan konsumen.

c. kebijakan pemerintah

1. Tidak mengatur lokasi yang diijinkan bagi pasar modern sehingga mematikan pasar tradisional
2. Belum adanya pembatasan komoditi bagi pasar modern khususnya untuk komoditi basah
3. Tidak mengatur operasi yang jelas
4. Pembinaan terhadap pengelola dilakukan oleh kantor dinas pemerintah
5. Pembinaan terhadap pedagang dilakukan yang dilakukan oleh dinas (saat ini sangat minim). Belum ada pelatihan bagi pedagang mengenai manajemen dan teknik berdagang

6. Program pembangunan dan pemugaran pasar tidak jalan.

2.3. Perkembangan Pasar tradisional

Pertumbuhan pasar tradisional sebagai sarana transaksi masyarakat dari tahun-ketahun tidak mengalami peningkatan yang berarti tidak selaras dengan pertumbuhan penduduk. Dan pertumbuhannya menunjukkan trend yang menurun setelah menjamurnya pusat-pusat perbelanjaan seperti hyper mart, mall, super market, swalayan, dan mini market. Hal ini ditunjukkan oleh hasil penelitian AC Nielsen yang dilakukan pada tahun 2005 dimana dalam jangka waktu 4 tahun (2001-2005) pertumbuhan pasar tradisional mengalami penurunan drastis sedangkan pertumbuhan pasar modern meningkat secara drastis. Pasar tradisional menyusut 8% per tahun. Sementara itu, pasar modern di Indonesia tumbuh 31,4 % per tahun. (Nielsen, 2005)

2.4. Pergeseran Preferensi Masyarakat ke Pasar Modern

Dewasa ini telah terjadi perubahan gaya hidup (*life style*) yang cukup signifikan di kalangan masyarakat. Masyarakat saat ini cenderung menghendaki berbagai kemudahan, kenyamanan, dan rasa aman saat melakukan aktivitas. Perubahan ini berakibat pada pergeseran preferensi atas pasar tradisional ke pasar modern. Jika dahulu masyarakat masih memilih untuk berbelanja ke pasar tradisional dikarenakan pasar tradisional masih dirasa nyaman oleh masyarakat, namun seiring waktu, keadaan pasar tradisional menjadi kurang baik pengelolaannya yang menyebabkan

ketidaknyamanan bagi konsumen untuk pergi berbelanja ke pasar tradisional. Pasar tradisional saat ini identik dengan kotor dan kumuh, menyebabkan pasar tradisional menjadi kurang menarik. Pilihan masyarakat ke pasar modern karena terdapat kejelasan harga, tidak becek, bersih dan tidak bau, ber AC, aman, Kondisi fisik bangunan bagus, terdapat fasilitas pembayaran, terpengaruh promosi, iklan, berbelanja sambil mencari hiburan, nyaman, prestise, menjual produk yang tidak ada di pasar tradisional serta terpengaruh pendidikan konsumen. Sedangkan masyarakat cenderung berbelanja di pasar tradisional karena harga di pasar tradisional bisa ditawar, harganya murah, dilayani langsung serta berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

2.5. Revitalisasi Pasar Tradisional

Sebenarnya pasar tradisional memiliki berbagai kelebihan yang tidak dimiliki oleh pasar modern. Kelebihannya antara lain adalah di pasar tradisional komunikasi antara penjual dan pembeli dapat terjalin dengan adanya proses tawar menawar sehingga tidak seperti membeli kucing dalam karung. Kondisi ini menyebabkan harga-harga relatif bersaing dan fluktuatif. Proses tawar menawar yang terjadi juga secara psikologis memberikan nilai positif pada proses interaksi penjual dan pembeli. Selain itu, pasar tradisional dapat menjadi roda penggerak perekonomian masyarakat sehingga dapat menyokong perekonomian nasional. Hal ini disebabkan karena di pasar inilah sesungguhnya perputaran ekonomi masyarakat terjadi.

Di pasar ini, uang beredar di banyak tangan, tertuju dan tersimpan dibanyak saku, serta rantai perpindahannya lebih panjang, sehingga kelipatan perputaran yang panjang itu berdampak pada pergerakan perekonomian bagi kota dan daerah. Oleh karena itu menjadi sangat relevan bagi pemerintah untuk mempertahankan keberadaan pasar tradisional bagi pergerakan dinamika ekonomi masyarakat. Kehadiran Perpres Nomor 112 tahun 2007 dan Permendagri Nomor 53 Tahun 2008 merupakan angin segar bagi keberadaan pasar tradisional. Namun demikian kehadiran regulasi ini sejauh ini belum berjalan secara optimal. Pemerintah belum maksimal menegakkan yang diamanatkan dalam regulasi yang dimaksud. Terbukti toko modern terus tumbuh tanpa terkendali dan didirikan tidak mendasarkan pada Rencana Tata Ruang Wilayah.

Revitalisasi adalah upaya yang rasional dan relevan dilakukan oleh pemerintah daerah agar pasar tradisional bertahan dan berdaya saing. Kondisi pasar fisik harus memberikan daya tarik bagi pengunjung. Lingkungan pasar tradisional harus dibuat sedemikian rupa sehingga memberikan rasa aman dan nyaman bagi penjual maupun pembeli.

2.6. Konsep Sektor Informal

Istilah sektor informal biasanya digunakan untuk menunjukkan sejumlah kegiatan ekonomi yang berskala kecil. Namun, menurut Safaria,dkk (2003: 4) kalangan akademisi masih memperdebatkan teori dan

konsep mengenai sektor informal ini. Ada yang menganggap bahwa sektor informal muncul karena terbatasnya kapasitas industri-industri formal dalam menyerap tenaga kerja yang ada, sehingga terdapat kecenderungan bahwa sektor informal ini muncul di pinggiran kota besar. Sebagian yang lain menganggap bahwa sektor informal ini sudah lama ada. Ini adalah pandangan dari perspektif yang “dualistik”, yang melihat sektor ”informal” dan “formal” sebagai dikotomi antara model ekonomi tradisional dan modern.

Menurut Safaria, dkk (2003: 6) sektor informal dipandang sebagai kekuatan yang semakin signifikan bagi perekonomian lokal dan global, seperti yang dicantumkan dalam pernyataan visi WIEGO (*Woman In Informal Employment Globalizing and Organizing*) yaitu mayoritas pekerja di dunia kini bekerja di sektor informal dan proporsinya terus membengkak sebagai dampak dari globalisasi: mobilitas capital, restrukturisasi produksi barang dan jasa, dan deregulasi pasar tenaga kerja mendorong semakin banyak pekerja ke sektor informal.

Menurut ILO (*Internasional Labour organization*) dalam Yustika (2000:193) yang dimaksud sektor informal adalah aktivitas-aktivitas ekonomi yang antara lain ditandai dengan mudah untuk dimasuki, bersandar pada sumber daya lokal, usaha milik sendiri, operasinya dalam skala kecil, padat karya dan teknologinya bersifat adaptif, ketrampilan diperoleh dari

luar sistem sekolah formal, dan tidak terkena langsung oleh regulasi dan pasarnya bersifat kompetitif.

Menurut Breman (dalam Manning, Eds.1991: 139) bahwa sektor informal merupakan suatu istilah yang mencakup dalam istilah “usaha sendiri”, merupakan jenis kesempatan kerja yang kurang terorganisir, sulit di cacah, sering dilupakan dalam sensus resmi, persyaratan kerjanya jarang dijangkau oleh aturan hukum. Mereka adalah kumpulan pedagang, pekerja yang tidak terikat dan tidak terampil, serta golongan-golongan lain dengan pendapatan rendah dan tidak tetap, hidupnya serba susah dan semi kriminal dalam batas-batas perekonomian kota. Kemudian menurut Hart (dalam Manning, Eds. 1991: 76) mereka yang terlibat dalam sektor informal pada umumnya miskin, kebanyakan dalam usia kerja utama (*prime age*), berpendidikan rendah, upah yang diterima di bawah upah minimum, modal usaha rendah, serta sektor ini memberikan kemungkinan untuk mobilitas vertikal.

Menurut Breman (dalam Manning, Eds. 1991:142) sektor informal memiliki ciri-ciri sebagai berikut: padat karya, tingkat produktivitas yang rendah, pelanggan yang sedikit dan biasanya miskin, tingkat pendidikan formal yang rendah, penggunaan teknologi menengah, sebagian besar pekerja keluarga dan pemilik usaha oleh keluarga, gampangnya keluar masuk usaha, serta kurangnya dukungan dan pengakuan pemerintah.

Jenis-jenis Sektor Informal Menurut Hart (dalam Manning, Eds.1991: 79) ada dua macam kesempatan memperoleh penghasilan yang informal, antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Kesempatan memperoleh penghasilan yang sah, meliputi:
 1. Kegiatan-kegiatan primer dan sekunder, pertanian, perkebunan yang berorientasi pasar, kontraktor bangunan, pengrajin usaha sendiri dan lain-lain.
 2. Usaha tersier dengan modal yang relatif besar, perumahan, transportasi, usaha-usaha untuk kepentingan umum, kegiatan sewa-menyewa dan lain-lain.
 3. Distribusi kecil-kecilan seperti pedagang kaki lima, pedagang pasar, pedagang kelontong, pedagang asongan dan lain-lain.
 4. Transaksi pribadi seperti pinjam-meminjam, pengemis.
 5. Jasa yang lain seperti pengamen, penyemir sepatu, tukang cukur, pembuang sampah dan lain-lain.
- b. Kesempatan memperoleh penghasilan yang tidak sah, meliputi:
 1. Jasa : kegiatan dan perdagangan gelap pada umumnya: penadahan barangbarang curian, lintah darat, perdagangan obat bius, penyelundupan, pelacuran dan lain-lain.
 2. Transaksi : pencurian kecil (pencopetan), pencurian besar (perampokan bersenjata), pemalsuan uang, perjudian dan lain-lain.

2.7. Konsep Pedagang Kaki Lima

Pengertian pedagang secara etimologi adalah orang yang berdagang atau biasa juga disebut saudagar. Jadi pedagang adalah orang-orang yang melakukan kegiatan-kegiatan perdagangan sehari-hari sebagai mata pencaharian mereka. Menurut Bromley (dalam manning, Eds. 1991: 228) pedagang kaki lima (*street trading*) adalah salah satu pekerjaan yang paling nyata dan penting dikebanyakan kota di Afrika, Asia, Timur Tengah atau Amerika Latin. Namun, meskipun penting pedagang-pedagang kaki lima hanya sedikit saja memperoleh perhatian akademik dibandingkan dengan kelompok pekerjaan utama yang lain. Pedagang kaki lima biasanya digambarkan sebagai perwujudan pengangguran tersembunyi atau setengah pengangguran yang luas dan pertumbuhan yang luar biasa dari jenis pekerjaan sektor tersier yang sederhana di Kota di Dunia Ketiga.

Yustika (2000) menggambarkan pedagang kaki lima adalah kelompok masyarakat marjinal dan tidak berdaya. Mereka rata-rata tersisih dari arus kehidupan kota dan bahkan tertelkung oleh kemajuan kota itu sendiri dan tidak terjangkau dan terlindungi oleh hukum, posisi tawar rendah, serta menjadi obyek penertiban dan peralatan kota yang represif.

Menurut Alisyahbana (2005:43-44) berdasarkan penelitiannya di kota Surabaya telah mengkategorikan pedagang kaki lima menjadi 4 tipologi. Keempat tipologi tersebut adalah: Pertama pedagang kaki lima murni yang masih bisa dikategorikan pedagang kaki lima adalah dengan skala modal

terbatas, dikerjakan oleh orang yang tidak mempunyai pekerjaan selain pedagang kaki lima, ketrampilan terbatas, tenaga kerja yang bekerja adalah anggota keluarga. Kedua, pedagang kaki lima yang hanya berdagang ketika ada bazar (pasar murah/pasar rakyat, berjualan di Masjid pada hari Jumat, halaman kantor-kantor). Ketiga, pedagang kaki lima yang sudah melampaui ciri pedagang kaki pertama dan kedua, yakni pedagang kaki lima yang telah mampu mempekerjakan orang lain. Ia mempunyai karyawan, dengan membawa barang dagangannya dan peraganya dengan mobil, dan bahkan ada yang mempunyai stan lebih dari satu tempat.

Termasuk dalam tipologi ini adalah pedagang kaki lima yang berpindah-pindah tempat dengan menggunakan mobil bak terbuka. Keempat pedagang kaki lima yang termasuk pengusaha kaki lima. Mereka hanya mengkoordinasikan tenaga kerja yang menjualkan barang-barangnya. Termasuk pedagang kaki lima jenis ini yaitu pedagang kaki lima yang mempunyai toko, dimana tokonya berperan sebagai grosir yang menjual barang dagangannya kepada pedagang kaki lima tak bermodal dan barang yang diambil baru dibayar setelah barang tersebut laku. Ciri pedagang kaki lima yang juga sangat menonjol adalah bersifat subsistensi. Mereka berdagang hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Apa yang diperoleh pada hari ini digunakan sebagai konsumsi hari yang sama pula bagi semua anggota keluarganya dengan demikian kemampuan untuk menabung juga rendah. Kondisi ini menyebabkan para pedagang kaki lima menjadi sangat khawatir

terhadap berbagai tindakan aparat yang dapat mengganggu kehidupan subsistensinya.

Menurut Limbong (2006:92) alasan mengapa seseorang menjadi pedagang kaki lima diantaranya karena tidak mempunyai keahlian lain selain berdagang yang dinyatakan oleh 67,3% responden, kemudian ada alasan lain yang cukup signifikan yaitu karena mengalami pemutusan hubungan kerja (PHK), yang dinyatakan oleh 12,7% responden. Hal ini berarti kegiatan berdagang sebagai pedagang kaki lima pada sektor informal dapat sebagai solusi atau jawaban sebagai pengganti hilangnya pekerjaan di sektor formal. Berdasarkan pengamatannya, kondisi usaha pedagang kaki lima di Kota Medan adalah sebagai berikut:

- a. Bahwa pedagang kaki lima melakukan kegiatan berdagang umumnya di tempat-tempat umum, seperti di sisi jalan, trotoar jalan, perempatan jalan, dekat dengan pasar umum atau tradisional. Sekitar sekolahan/perkantoran/perbankan/pertokoan/ supermall, maupun di sekitar blok perumahan.
- b. Para pedagang kaki lima tidak memiliki izin untuk berdagang, dan berdagang dimana saja, tetapi tidak termasuk pelaku tindak kriminal.
- c. Tidak dikenai pajak, tetapi dikenai retribusi keamanan, retribusi kebersihan.
- d. Usaha dimiliki secara perorangan dengan tenaga kerja sendiri atau oleh anggota keluarga.

- e. Tenaga kerja dalam kegiatan usaha kaki lima tidak dilindungi dengan jaminan sosial atau standar upah/gaji, juga tidak dilindungi dengan jaminan tunjangan hari tua.
- f. Melakukan usaha dagang dengan modal terbatas dan umumnya modal berasal dari tabungan sendiri atau meminjam sejumlah uang dari keluarga atau rentenir.
- g. Melakukan usaha di suatu tempat secara menetap pada suatu tempat yang disediakan ataupun tidak oleh pemerintah setempat, kemudian ada juga yang melakukan usaha secara bergerak baik dengan menggunakan alat transportasi seperti kereta dorong, sepeda, dan kendaraan bermotor ataupun yang dijajahkan secara keliling.
- h. Manajemen usaha dilakukan dengan sederhana.

Demikian beberapa pengertian tentang pedagang kaki lima, dimana pedagang kaki lima adalah salah satu jenis pekerjaan di sektor informal yang mempunyai tempat kerja yang tidak menetap di jalan, tidak memiliki izin usaha dan manajemen usaha sangat sederhana. Mereka berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain sepanjang hari. Pedagang kaki lima banyak dijumpai di semua sektor kota, terutama di tempat-tempat pemberhentian sepanjang jalur bus atau trotoar jalan, dan pusat-pusat hiburan dan tempat strategis lainnya yang dapat menarik sejumlah besar penduduk untuk membeli.

2.8. Teori Struktural Fungsional

Teori struktural fungsional Parsons dimulai dengan empat fungsi penting untuk semua sistem “tindakan”, terkenal dengan skema AGIL. Suatu fungsi (*function*) adalah kumpulan kegiatan yang ditujukan kearah pemenuhan kebutuhan tertentu sistem. Menurut Parsons ada empat fungsi penting diperlukan semua *system-adaptation* (A), *goal attainment* (G), *integration* (I), dan *latency* (L), atau pemeliharaan pola. Secara bersama-sama, keempat imperative fungsional ini dikenal dengan skema AGIL. Agar tetap bertahan (*survive*), suatu sistem harus memiliki empat fungsi ini: 1. *Adaptation* (adaptasi): sebuah sistem harus menanggulangi situasi eksternal yang gawat. Sistem harus menyesuaikan diri dengan lingkungan dan menyesuaikan lingkungan itu dengan kebutuhan. 2. *Goal attainment* (pencapaian tujuan): sebuah sistem harus mendefenisikan dan mencapai tujuan utamanya. 3. *Integration* (integrasi): sebuah sistem harus mengatur antar hubungan bagian-bagian yang menjadi komponennya. Sistem juga harus mengelola antar hubungan ketiga fungsi penting lainnya (A, G, L). 4. *Latency* (latensi atau pemeliharaan pola): sebuah sistem harus memperlengkapi, memelihara dan memperbaiki, baik motivasi individual maupun pola-pola kultural yang menciptakan dan menopang motivasi.

Agar tetap bertahan, maka suatu sistem harus mempunyai keempat fungsi ini. Parsons mendisain skema AGIL ini untuk digunakan di semua tingkat dalam sistem teorinya, yang aplikasinya adalah sebagai berikut: 1. Organisme

prilaku adalah sistem tindakan yang melaksanakan fungsi adaptasi dengan menyesuaikan diri dengan dan mengubah lingkungan eksternal. 2. Sistem kepribadian melaksanakan fungsi pencapaian tujuan dengan menetapkan tujuan sistem dan mobilisasi sumber daya yang ada untuk mencapai. 3. Sistem sosial menanggulangi fungsi integrasi dengan mengendalikan bagian-bagian yang menjadi komponennya. 4. Terakhir, sistem kultural melaksanakan fungsi pemeliharaan pola dengan menyediakan aktor seperangkat norma dan nilai yang memotivasi mereka untuk bertindak (Ritzer, 2009:257).

Masyarakat adalah bagian dari kolektifitas dalam sistem sosial yang menjadi perhatian Parsons. Mengutip pendapat Rocher, Parsons menyatakan masyarakat sebagai kolektifitas yang relatif mencukupi kebutuhannya sendiri. Sebagai seorang fungsionalis struktural, Parsons membedakan antara empat struktur atau subsistem dalam masyarakat dalam fungsi (AGIL) yang dilaksanakan masyarakat. *Ekonomi*, subsistem yang melaksanakan fungsi masyarakat dalam menyesuaikan diri terhadap lingkungan melalui tenaga kerja, produksi dan alokasi. Melalui pekerjaan, ekonomi menyesuaikan dengan lingkungan kebutuhan dan membantu masyarakat menyesuaikan diri dengan realitas eksternal. *Sistem pemerintahan*, atau sistem politik melaksanakan fungsi pencapaian tujuan dengan mengejar tujuan-tujuan kemasyarakatan, memobilisasi aktor dan berbagai sumber daya untuk mencapai tujuan. *Sistem Fiducari* (keluarga, sekolah) menjalankan fungsi pemeliharaan pola dengan menyebarkan kultur (norma dan nilai) kepada aktor sehingga aktor

menginternalisasikan kultur tersebut. *Komunitas kemasyarakatan*, (contoh, hukum) melaksanakan fungsi integrasi yang mengkoordinasikan berbagai komponen masyarakat (Ritzer, 2008:127-128).

2.9. Strategi Adaptasi

Adaptasi adalah suatu penyesuaian pribadi terhadap lingkungannya. Individu memiliki hubungan dengan lingkungannya yang menggiatkannya, merangsang perkembangannya, atau memberikan sesuatu yang ia perlukan. Penyesuaian diri yaitu mengubah diri sesuai dengan keadaan lingkungan atau mengubah lingkungan sesuai dengan keadaan diri.

Menurut Suparlan (1993: 2) adaptasi itu sendiri pada hakikatnya adalah suatu proses untuk memenuhi syarat-syarat dasar untuk tetap melangsungkan kehidupan. Syarat-syarat tersebut mencakup: 1. Syarat dasar alamiah-biologi (manusia harus makan dan minum untuk menjaga kestabilan temperature tubuhnya agar tetap berfungsi dalam hubungan harmonis secara menyeluruh dengan organ-organ tubuh lainnya). 2. Syarat kewajiban (manusia membutuhkan perasaan tenang yang jauh dari perasaan takut, keterpencilan, gelisah dan lain-lain). Syarat dasar sosial (manusia membutuhkan hubungan untuk dapat melangsungkan keturunan, untuk dapat mempertahankan diri dari serangan musuh, dan lain-lain).

Soekanto (2000:10-11) memberikan beberapa batasan pengertian dari adaptasi sosial, yakni: 1. Proses mengatasi halangan-halangan dari lingkungan.

2. Penyesuaian terhadap norma-norma untuk menyalurkan ketegangan. 3. Proses perubahan untuk menyesuaikan dengan situasi yang berubah. 4. Mengubah agar sesuai dengan kondisi yang diciptakan. 5. Memanfaatkan sumber yang terbatas untuk kepentingan lingkungan dan sistem. 6. Penyesuaian budaya dan aspek lainnya sebagai hasil seleksi ilmiah. Dalam kehidupannya, manusia hidup dengan alam secara timbal balik, yakni bagaimana manusia beradaptasi dengan alam agar tetap bertahan demi keberlangsungan hidupnya dengan mengalihkan energi dari alam pada dirinya. Adaptasi merupakan sifat sosial dari setiap manusia yang akan muncul akibat adanya kebutuhan tujuan, dan hasrat para individu.

Aminuddin (2000: 38) menyebutkan bahwa penyesuaian dilakukan dengan tujuan-tujuan tertentu , diantaranya: 1. Mengatasi halangan-halangan dari lingkungan. 2. Menyalurkan ketegangan sosial. 3. Mempertahankan kelanggengan kelompok atau unit sosial. 4. Bertahan hidup. Dari batasan-batasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa adaptasi merupakan proses penyesuaian. Penyesuaian diri individu, kelompok, maupun unit sosial terhadap norma-norma, proses perubahan, ataupun suatu kondisi yang diciptakan.

2.10. Jaringan Sosial

Dalam jaringan sosial terdapat pada kelompok sosial yang terbentuk secara tradisional atau pedesaan berdasarkan kesamaan garis keturunan (*Linige*). Pengalaman-pengalaman sosial turun-temurun (*Repatet Social Experiences*)

dan kesamaan kepercayaan pada dimensi ketuhanan (*Religious Belief*) cenderung memiliki kohesifitas yang tinggi (Hasbullah, 2006:63). Jaringan sosial juga memainkan peranan penting dalam penjualan. Jaringan tersebut merupakan ikatan antar pribadi yang mengikat para penjual, melalui ikatan kekerabatan, persahabatan dan komunitas yang sama. Jaringan sosial memudahkan penjual dalam bertahan ditengah kota yang sangat maju. Jaringan sosial yang dimaksud adalah bentuk pertukaran informasi dan dukungan financial. Strategi dapat dikembangkan dalam suatu jaringan sosial. Pola kerja sama yang dapat diterapkan (pedagang) yaitu: 1. Jaringan sosial antara sesama pedagang yang mana jaringan sosial yang dikembangkan secara timbal balik. 2. Jaringan sosial yang dibentuk yaitu pola kerja sama pedagang dengan orang - orang yang berada di daerah sekitar.

2.11. Pengertian Strategi

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis dapat mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengurangan bisnis, divestasi, likuidasi, dan joint venture. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumberdaya perusahaan dalam jumlah yang besar. Selain itu strategi mempengaruhi kemakmuran perusahaan dalam jangka panjang, khususnya untuk lima tahun, dan berorientasi ke masa depan. Strategi

memiliki konsekuensi yang multifungsi dan multidimensi serta perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal.

Menurut *Chandler*, strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitanya dengan tujuan jangka panjang, serta prioritas alokasi sumber daya. Menurut *Learned, Christensen, Andrews dan Guth*, strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak ada.

2.12. Manajemen Strategis

Manajemen strategis didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya. Manajemen strategis berfokus pada mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, dan sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi. Tujuan manajemen strategis adalah untuk mengeksplorasi serta menciptakan berbagai peluang baru yang berbeda untuk masa mendatang dan perencanaan jangka panjang serta mencoba untuk mengoptimalkan tren-tren sekarang untuk masa datang. Manajemen strategis meliputi pengamatan lingkungan, perusahaan strategi, dan evaluasi serta pengendalian. Manajemen strategis menekankan pada pengamatan dan evaluasi peluang dan ancaman lingkungan dengan melihat kekuatan dan kelemahan perusahaan. Dapat dikatakan bahwa manajemen strategis merupakan cara untuk

mengelola semua sumberdaya guna mengembangkan keunggulan kompetitif jangka panjang.

Proses manajemen strategis adalah alur dimana penyusunan strategi menentukan sasaran dan menyusun keputusan strategi. Proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahap, yaitu:

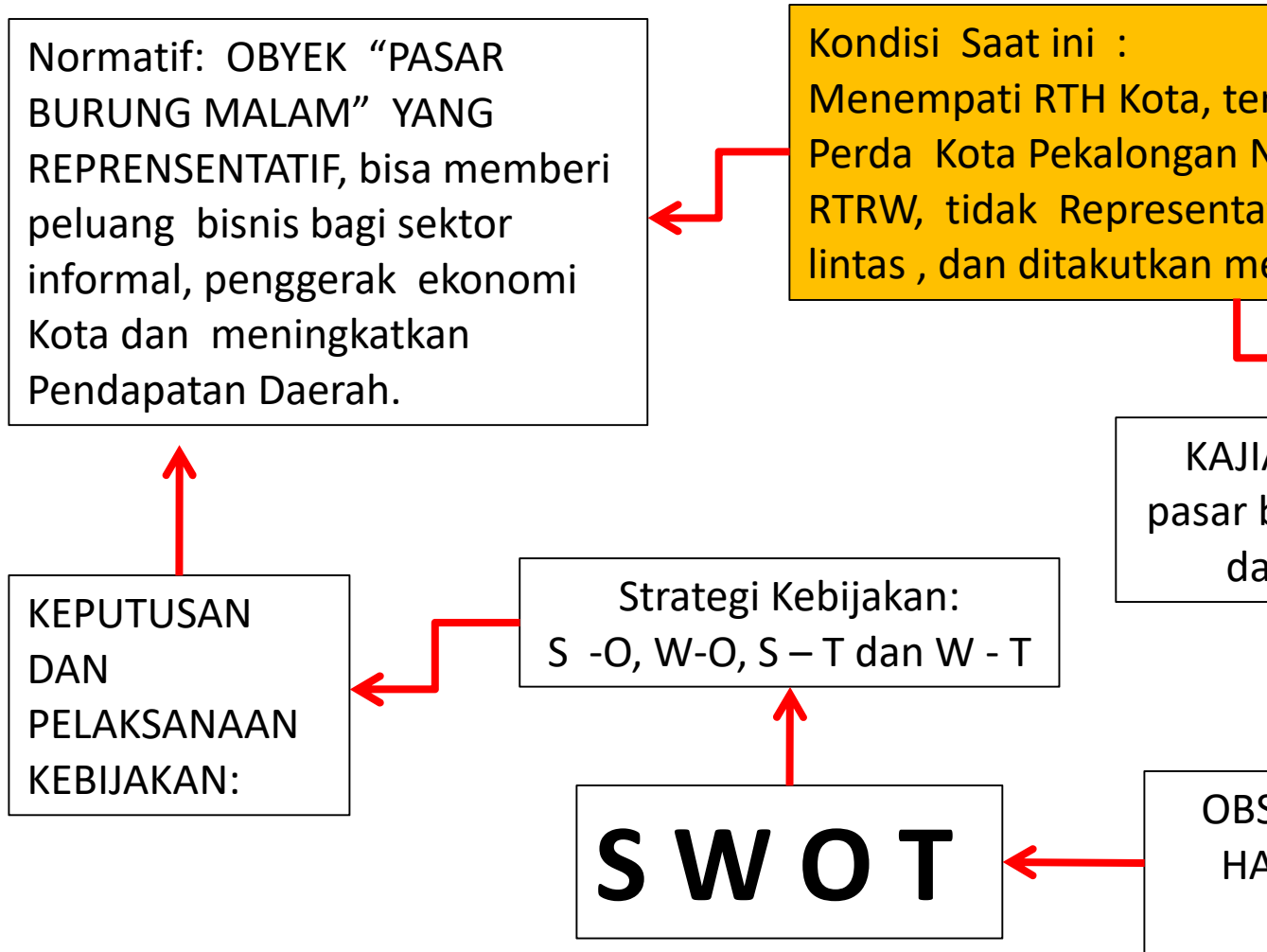
- 1) Formulasi strategi termasuk mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, merumuskan alternatif strategi, dan memilih strategi tertentu yang akan dilaksanakan.
- 2) Implementasi strategi mensyaratkan perusahaan untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumberdaya sehingga strategi yang telah diformulasikan dapat dijalankan. Implementasi strategi termasuk mengembangkan budaya yang mendukung strategi, menciptakan struktur organisasi yang efektif dan mengarahkan usaha pemasaran, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan memberdayakan sistem informasi dan menghubungkan kinerja karyawan dengan kinerja organisasi, dan
- 3) Evaluasi strategi adalah tahap final dalam manajemen strategis. Tiga tahap aktivitas dasar evaluasi strategi yaitu meninjau ulang faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi, mengukur kinerja, dan mengambil tindakan korektif.

2.13. Kerangka berpikir Penelitian

Secara normatif keberadaan “Pasar Burung Malam” diharapkan menjadi peluang bisnis alternatif bagi masyarakat untuk menambah penambah pendapatannya demi memenuhi kebutuhannya. Lokasi keberadaan pasar burung yang layak atau representatif akan memberi rasa aman dan nyaman dalam bertransaksi, serta tercipta ketertiban dan keindahan.

Keberadaan “Pasar Burung Malam” saat ini meskipun secara sosial ekonomi berdampak positif bagi peluang bisnis dan berpotensi meningkatkan pendapatan tidak saja pedagang burung, tetapi kelompok penjual yang lain, bahkan pada tingkat ekonomi atas seperti perhotelan, sayangnya berlokasi di RTH yang semestinya tidak dipergunakan untuk pasar karena akan berpotensi merusak taman dan keindahan lingkungan. Oleh karena itu perlu dilakukan kajian terhadap aktivitas “Pasar Burung Malam”. Dari hasil kajian akan dipetakan kedalam faktor internal dan eksternalnya selanjutnya dipetakan kedalam analisa SWOT dan dipetakan strategi kebijakannya. Berikut adalah gambar kerangka berpikir penelitian yang dimaksud:

Gb.2.1. Kerangka Berpikir Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian untuk kegiatan ini adalah penelitian yang menggunakan metode dekripsi kualitatif . Metode deskriptif kualitatif d adalah penelitian yang berusaha untuk mencari tahu tentang siapa, apa, di mana, bilamana, bagaimana, atau seberapa banyak mengenai sesuatu (Cooper & Shindler, 2001). Secara singkat, penelitian ini bertujuan untuk memberikan telaah logis-rasional-akademis mengenai kelayakan dan eksistensi “Pasar Burung Malam” Lapangan Sorogenen di Kota Pekalongan, sekaligus untuk memberikan paparan deskriptif-analitik terkait seluruh hal yang telah disebutkan dalam rumusan masalah.

3.2. Populasi dan sampel Penelitian

Populasi Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi atau studi populasi atau studi sensus (Sabar, 2007).

Sedangkan menurut Sugiyono pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2011:80).

Jadi populasi bukan hanya orang tapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Pada penelitian ini penentuan sampel teknik yang digunakan adalah dengan metode *purposive sampling*. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan melakukan pertimbangan tertentu sehingga layak untuk dijadikan sampel (sugiyono, 2102). Teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik tertentu yang ditetapkan pada elemen populasi target disesuaikan dengan masalah dan tujuan dalam penelitian. Berdasarkan uraian tersebut sampel penelitian ini harus memenuhi kriteria tertentu yaitu mereka yang berdagang burung, pengunjung “Pasar Burung Malam” dan masyarakat di sekitar “Pasar Burung Malam” Lapangan Sorogenen Kota Pekalongan.

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus Paul Leedy dalam Arikunto (2002) sebagai berikut:

$$n = \left(\frac{Z}{e}\right)^2(p)(1 - P)$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

P = Jumlah Populasi

Z= Standar untuk kesalahan yang dipilih

α = standar deviasi (simpanan baku) dari populasi

e = *sampling error (10%)*

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka harga (P)(1-P) maksimal adalah 0,25. Bila menggunakan *confidence level 95%* dengan tingkat kesalahan tidak lebih dari 10%, maka besarnya sampel adalah

$$n = \left(\frac{1,96}{0,1}\right)^2(0,25) = 96,04$$

Jadi menurut perhitungan tersebut sampel yang harus diambil minimal 94,04 atau dibulatkan menjadi 100 responden.

3.3.Sasaran, Lokasi Penelitian dan Obyek Penelitian

Sasaran dari kegiatan adalah aktivitas “Pasar Burung Malam” dan lokasi penelitian adalah di Lapangan Sorogenen Kota Pekalongan. Adapun dengan

obyek penelitian adalah pedagang, pengunjung dan masyarakat sekitar “Pasar Burung Malam”.

3.4. Variabel Operasional:

Tabel 3.1. Variabel Operasional

Variabel	Sub Variabel	Indikator
Aktivitas Pasar	Demografi	Umur, tingkat pendidikan, Status Pekerjaan, Pendapatan.
	Geografis	Daerah Asal Pedagang , pengunjung dan masyarakat sekitar lokasi.
	Psikografi	Motivasi Berdagang dan Berkunjung di Lokasi
	Atraksi/ Daya Tarik	Ada tidaknya Kegiatan di Tempat Lain.
	Perilaku	Pengetahuan dan Harapan dari Pedagang, pengunjung, dan warga sekitar lokasi terhadap keberadaan “Pasar Burung Malam” di Sorogenen Dampak : ekonomi, ketertiban dan kenyamanan, kemacetan lalu lintas

3.5. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini lebih diutamakan pada data primer, sedangkan data sekunder hanya sebagai pendukung data primer saja. Data primer diperoleh melalui survei atas seluruh lokasi penelitian.

Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara yang dipandu dengan kuesioner.

Data sekunder diperoleh melalui sumber-sumber data resmi yang tersedia di lingkungan Pemerintah Daerah Kota Pekalongan, meliputi data Kota Pekalongan dalam angka, laporan rencana dan realisasi penerimaan pendapatan Kota Pekalongan, PDRB, dan laporan ataupun hasil penelitian lainnya yang relevan untuk mendukung studi ini.

3.6. Alat Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Keputusan strategis perusahaan perlu pertimbangan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. Oleh karena itu perlu adanya pertimbangan - pertimbangan penting untuk analisis SWOT.

a. Kekuatan

Kekuatan adalah sumber daya, ketrampilan atau keunggulan keunggulan lain yang membedakan suatu perusahaan dengan pesaingnya. Kekuatan diambil dari internal perusahaan.

b. Kelemahan

Kelemahan adalah suatu keterbatasan atau kekurangan di dalam sumber daya, ketrampilan dan kapabilitas yang dapat menghambat kinerja dari suatu perusahaan. Kelemahan diambil dari internal perusahaan.

c. Peluang

Peluang adalah suatu kondisi di luar lingkungan perusahaan yang menguntungkan dan dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan.

d. Ancaman

Ancaman adalah suatu kondisi dimana keadaan di luar lingkungan perusahaan dapat menjadi penghalang atau pengganggu yang menghambat kinerja perusahaan.

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan Kekuatan dan Kelemahan yang merupakan Analisis faktor internal (IFAS) adalah berbagai aktivitas, harapan, dan kondisi lingkungan “Pasar Burung Malam”. Sedangkan Peluang dan Ancaman yang merupakan Faktor Eksternal adalah faktor lingkungan luar yang akan berpengaruh terhadap keberlanjutan aktivitas pasar yang dimaksud. Berikut adalah Matrik SWOT yang digunakan sebagai dasar Strategi Rencana Pengembangan.

Gb.3.1. MATRIK SWOT

EFAS	IFAS	STRENGTHS (S) Tentukan 5-10 faktor faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 faktor faktor kelemahan internal

OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor faktor peluang Eksternal	STRATEGI S – O Ciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan	STRATEGI W=O Ciptakan Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
TREATHS (T) Tentukan 5-10 faktor faktor Ancaman Eksternal	STRATEGI S-T Ciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI W – T Ciptakan Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Sumber :Freddy Rangkti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), 26.

BAB IV

GAMBARAN UMUM KOTA PEKALONGAN

4.1. Gambaran Wilayah Kota Pekalongan

Kota Pekalongan membentang antara 6°50'42"–6°55'44" LS dan 109°37'55"–109°42'19" BT. Berdasarkan koordinat fiktifnya, Kota Pekalongan membentang antara 510,00 – 518,00 Km membujur dan 517,75 – 526,75 Km melintang, dimana semuanya merupakan daerah datar, tidak ada daerah dengan kemiringan yang curam, terdiri dari tanah kering 67,48% Ha dan tanah sawah 32,53%. Berdasarkan jenis tanahnya, di Kota Pekalongan memiliki

jenis tanah yang berwarna agak kelabu dengan jenis aluvial kelabu kekuningan dan aluvial yohidromorf.

Jarak terjauh dari Utara ke Selatan mencapai ± 9 Km, sedangkan dari Barat ke Timur mencapai ± 7 Km. Batas wilayah administrasi Kota Pekalongan yaitu: di sebelah Utara: berbatasan dengan laut Jawa, di sebelah selatan:berbatasn dengan Kabupaten Pekalongan dan Kabupaten Batang, di sebelah Barat: berbatasan dengan Kabupaten Pekalongan, dan di sebelah Timur Berbatasan dengan Kabupaten Batang

Kota Pekalongan merupakan daerah beriklim tropis dengan rata-rata curah hujan berkisar antara 40 mm - 300 mm per bulan, dengan jumlah hari hujan 120 hari. Keadaan suhu rata-rata di Kota Pekalongan dari tahun ke tahun tidak banyak berubah, berkisar antara 17°-35 °C.

Kota Pekalongan terbagi atas 4 (empat) Kecamatan yang terbagi lagi menjadi 27 kelurahan pasca merger kelurahan yang dilakukan 1 Januari 2015 dengan luas keseluruhan mencapai 45,25 km² atau sekitar 0,14 % dari luas wilayah Jawa Tengah. Berikut adalah Peta Wilayah Kota Pekalongan.

GB 4.1. PETA KOTA PEKALONGAN PROVINSI JAWA TENGAH



4.2. Pertumbuhan Penduduk

Laju Pertumbuhan penduduk Kota Pekalongan tergolong rendah, yaitu dengan rata-rata pertumbuhan penduduk setiap tahun di bawah 1%. dengan menggunakan rata-rata pertumbuhan penduduk 0,91% tersebut, maka pada tahun 2016 dan 2017 jumlah penduduk Kota Pekalongan diperkirakan masing-masing sejumlah 326.186 jiwa dan 358.804 jiwa. Pertambahan penduduk di Kota Pekalongan berasal dari pertumbuhan penduduk alami, juga disebabkan oleh pendatang dari wilayah lain.

Tabel 4.1.
Pertumbuhan Penduduk Kota Pekalongan
Tahun 2011-2015

Tahun	Jumlah Penduduk	Laju Pertumbuhan
2011	278.368	0,79

2012	287.978	0,93
2013	290.870	1
2014	293.704	0,97
2015	296.533	0,96
Rata-rata		0,91

Sumber: BPS. Pekalongan Dalam Angka 2016, diolah

Pertumbuhan penduduk yang tinggi adalah konsekuensi logis dari dampak perkembangan ekonomi suatu daerah. Saat ini Perekonomian Kota Pekalongan tengah tumbuh secara signifikan, baik dari bisnis usaha paling kecil seperti pedagang kaki lima sampai usaha besar seperti usaha properti, pusat perbelanjaan dan toko modern, bisnis perbankan, bisnis otomotif, hingga bisnis perhotelan. Kondisi ini menjadi alasan bagi penduduk wilayah lain datang ke Kota Pekalongan untuk mencari pekerjaan. Perpindahan mereka ke Kota Pekalongan pada gilirannya akan mempengaruhi jumlah dan pertumbuhan penduduk Kota Pekalongan. Jika kondisi ini tidak dikendalikan akan berimplikasi pada kualitas lingkungan kota, sumber daya manusia, dan ekonomi. Menurunnya daya tampung kota, berimplikasi pada kualitas sumber daya manusia, dan akhirnya akan mereduksi kualitas pertumbuhan ekonomi.

4.3. Kepadatan Penduduk

Luas Kota Pekalongan sebesar 45.25 Km², terbagi menjadi 4 Kecamatan, yaitu Kecamatan Pekalongan Barat, Kecamatan Pekalongan Timur, Kecamatan Pekalongan Selatan, dan Kecamatan Pekalongan Utara dengan

tingkat rata-rata kepadatan perwilayah kecamatan sebanyak 6.554 jiwa/ Km². Tingkat kepadatan tertinggi di wilayah Kecamatan Pekalongan Barat yaitu sebanyak 9.240/ Km² dan terendah Kecamatan Pekalongan Utara sebanyak 5.341 jiwa/ Km². Tingkat kepadatan penduduk Kota Pekalongan pada tahun 2015 dijelaskan dalam tabel Tabel 4.2.

Tabel 4.2.
Kepadatan Penduduk Kota Pekalongan
Menurut Kecamatan Tahun 2015

Kecamatan	Luas (Km2)	Penduduk (jiwa)	Kepadatan Penduduk (jiwa/km2)
Pekalongan Barat	10,05	92.814	9.240
Pekalongan Timur	9,52	64.636	6.789
Pekalongan Selatan	10,80	59.613	5.520
Pekalongan Utara	14,88	79.47	5.341
Kota Pekalongan	45,25	296.533	6.554

Sumber: BPS. Pekalongan dalam Angka 2016

4.4. Struktur Penduduk Menurut Mata Pencaharian Dan Pendidikan

Kota Pekalongan dikenal sebagai kota industri, perdagangan dan jasa, hal ini ditunjukkan oleh jumlah penduduk yang bekerja menurut jenis lapangan pekerja utama di Kota Pekalongan. Pada tahun 2015 jumlah penduduk Kota Pekalongan yang bekerja sebanyak 143.376 orang yaitu Pekerja laki-laki sebanyak 86.913 oarang (60,62%) dan pekerja perempuan sebanyak 56.463 orang (39,38%). Dari 143.376 orang yang bekerja di lapangan pekerja industri

sebanyak 55.159 orang (38,47%) selanjutnya diikuti oleh lapangan pekerja perdagangan sebanyak 28,14 Orang (28,14%), dan Lapangan pekerja Jasa sebanyak 23.929 orang (16,69%)

Tabel 4.3.
Jumlah Pekerja menurut Lapangan Usaha
di Kota Pekalongan Tahun 2015

No	Lapangan Pekerja Utama	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Persentase
1	Pertanian	3.803	367	4.170	2,91
2	Pertambangan	0	0	0	-
3	Industry	34.298	20.861	55.159	38,47
4	Listrik	518	0	518	0,36
5	Bangunan	8.741	0	8.741	0,61
6	Perdagangan	18.147	22.196	40.343	28,14
7	Angkutan	6.282	124	6.406	4,47
8	Keuangan	2.170	1.940	4.110	2,87
9	Jasa lain	12.954	10.975	23.929	16,69
	Jumlah	86.913	56.463	143.376	100

Sumber: BPS. Pekalongan Dalam Angka 2016

Sementara itu jika dilihat dari status pekerja utama, status pekerja utama di Kota Pekalongan terbanyak adalah status sebagai buruh/ karyawan/ pegawai dengan jumlah sebanyak 88.730 orang (61,89%) dan diikuti oleh status berusaha sendiri sebanyak 26.972 orang (18,81%).

Tabel 4.4..
Jumlah penduduk berumur 15 tahun keatas
yang bekerja selama seminggu yang lalu
menurut status pekerjaan utama dan jenis kelamin
di kota pekalongan, 2015

Status Pekerja Utama	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-laki	Perempuan	
Berusaha sendiri	15.852	11,120	26.972

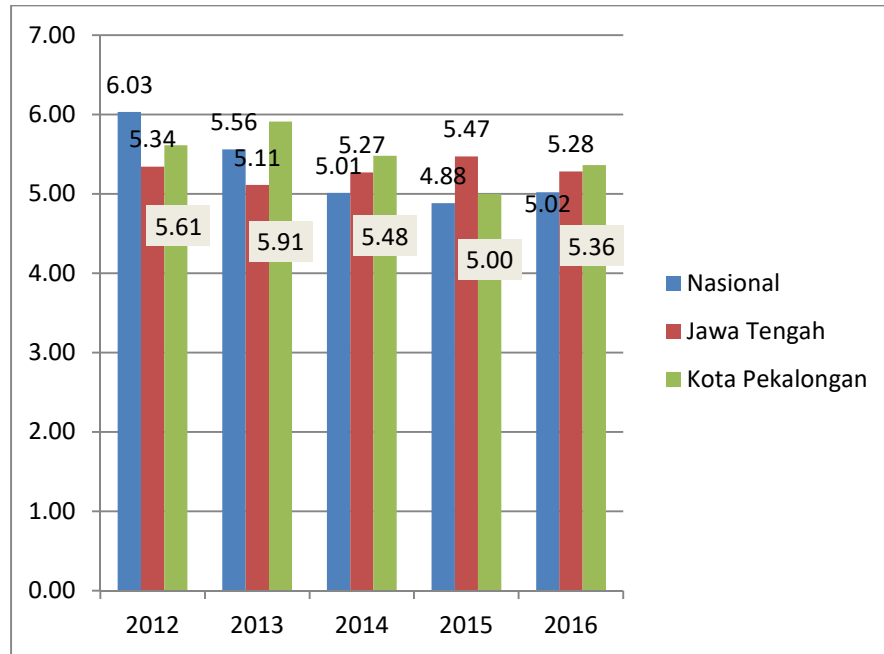
Berusaha dibantu Buruh tidak tetap/ buruh tak dibayar	4.128	3.601	7.729
Berusaha dibantu Buruh tetap/ buruh dibayar	5.783	1.576	7,359
Buruh/Karyawan/Pegawai	55.934	32.796	88.730
Pekerja Bebas	2.563	391	2.954
Pekerja Keluarga/ Tak dibayar	2.653	6.979	9.632
Jumlah Total	86.913	56.463	143.376

Sumber: BPS, Kota Pekalongan Dalam Angka 2016

Kota Pekalongan dalam dimensi pembangunan Jawa Tengah pernah ditunjuk sebagai Pusat Pertumbuhan Ekonomi Wilayah II yang wilayahnya mencakup Kota Pekalongan, Kabupaten Pekalongan, Kabupaten Batang dan Kabupaten Pemalang. Kota Pekalongan saat ini merupakan Kawasan Andalan Tumbuh Cepat. Artinya Kota Pekalongan diharapkan menjadi kekuatan ekonomi yang mampu menjadi penyangga dan memfasilitasi aktivitas ekonomi di daerah sekitar Kota Pekalongan, seperti sarana perdagangan, perbankan, dan jasa akomodasi lain seperti jasa perhotelan.

Dilihat dari aspek makro ekonomi, Kota Pekalongan adalah kota yang mengalami tingkat pertumbuhan ekonomi yang baik. Hal ini ditunjukkan dari tingkat pertumbuhan ekonominya yang mampu melampaui pertumbuhan ekonomi Jawa Tengah dan pertumbuhan ekonomi nasional. Berikut adalah tabel yang menjelaskan pertumbuhan Nasional, Jawa Tengah, dan Kota Pekalongan selama 5 tahun dari tahun 2012 s/d pada tahun tahun 2016.:

Gb.4.2. Pertumbuhan Ekonomi Nasional, Jawa Tengah dan Kota Pekalongan



Sumber: BPS Kota Pekalongan 2017.

4.5.Sarana Perdagangan

Kota Pekalongan memiliki banyak fasilitas perdagangan, selain pasar tradisional, ada juga fasilitas perdagangan modern di Kota Pekalongan, seperti supermarket dan mini market. Saat ini di Kota Pekalongan terdapat 11 pasar tradisional, 5 pasar swalayan (supermarket), dan 5 mini market dengan sekitar 25 cabang. Sarana perdagangan sebagaimana disebutkan di atas adalah sbb :

a. Supermarket (pasar swalayan) :

1. Plaza Pekalongan (Hypermart & Matahari Departement Store)

2. Mall Pekalongan (Giant & Borobudur Departement Store)
 3. Dupan Square
 4. Carrefour Mega Centre (CMC) Pekalongan
 5. Pekalongan Square (Ramayana Departement Store dan Robinson)
- b. Pasar Tradisional
1. Pasar Batik Grosir Setono
 2. Pasar Podosugih
 3. Pasar Anyar
 4. Pasar Pagi Kraton
 5. Pasar Induk Banjarsari
 6. Pasar Poncol
 7. Pasar Sugihwaras
 8. Pasar Induk Banyuurip
 9. Pasar Induk Grogolan Baru
 10. Pasar Panjang Wetan
 11. Pasar Induk Kuripan
- c. Minimarket :
- Jumlah minimarket diKota Pekalongan saat ini sudah mencapai 25 minimarket, baik mini market yang didirikan oleh perorangan maupun bisnis jejaring seperti Alfa Mart dan Indo Maret.

4.6. Tingkat Pendapatan Ekonomi Rumah Tangga

PDRB Kota Pekalongan pada tahun 2015 sebesar Rp.6.043.095,73 juta. Jika pendapatan ini selanjutnya dibagi dengan jumlah penduduk Kota Pekalongan yang sebanyak 296.533, maka pendapatan perkapita penduduk Kota Pekalongan pada tahun 2015 bisa mencapai angka sebesar Rp.20.379.167, 68 per orang. Angka ini relatif besar dibandingkan pendapatan rata-rata nasional dan mampu menjadi faktor untuk mendorong berkembangnya ekonomi dan perdagangan di Kota Pekalongan.

Sementara itu jika dilihat dari kontribusi masing-masing sektor, maka terlihat bahwa sektor pengeluaran konsumsi rumah tangga memberikan kontribusi yang terbesar dalam pembentukan PDRB Kota Pekalongan, yaitu sebesar Rp. 4.394.842,56 juta (72,72%). Selanjutnya untuk mengetahui tingkat pengeluaran perkapita adalah dengan cara membagi pengeluaran konsumsi rumah tangga dengan jumlah penduduk sehingga diperoleh angka sebesar Rp. 14,82 juta.

Tabel 4.5.
PDRB Kota Pekalongan
menurut Harga Konstan 2010 menurut Pengeluaran
Tahun 2010-2015

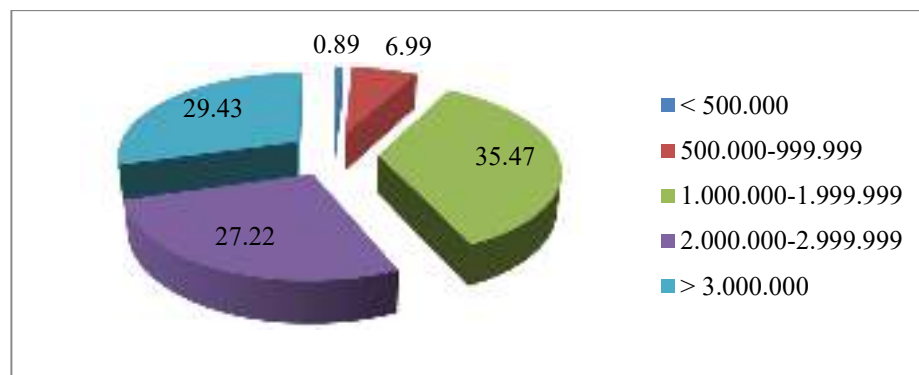
Jenis Pengeluaran	2011	2012	2013	2014	2015
Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga	3 667 808.53	3 855 316.41	4 031 464.64	4 211 572.32	4 394 842.56
Pengeluaran Konsumsi LNPRT	56 566.14	59 856.86	64 164.51	69 618.82	71 931.15
Pengeluaran Konsumsi Pemerintah	472 677.97	491 505.09	528 765.51	555 304.41	577 243.65
Pembentukan Modal Tetap Bruto	1 902 373.45	2 009 147.92	2 135 154.24	2 263 048.73	2 388 082.61

Perubahan Inventori	123 588.79	248 631.76	282 078.89	168 732.24	23 014.59
Ekspor Barang dan Jasa	3 021 323.54	3 162 568.18	3 428 451.34	3 613 303.25	3 831 022.03
Dikurangi Impor Barang dan Jasa	1 344 682.66	1 512 644.51	1 585 430.91	1 512 994.25	1 412 018.83
PDRB	4 878 332.22	5 151 813.52	5 456 196.88	5 755 282.26	6 043 095.73

Sumber: BPS PDRB Kota Pekalongan 2016.

Menurut Golongan pengeluaran perbulan, besarnya pengeluaran perbulan masih terbesar berkisar Rp. 1.000.000 sampai dengan Rp. 1.999.999 sebesar 35,47%. Selanjutnya diikuti oleh golongan pengeluaran lebih besar dari Rp. 3.000.000 sebesar 29,43%. Berikut adalah Gambar yang menjelaskan golongan pengeluaran penduduk Kota Pekalongan Tahun 2016:

Gb. 4.3. Golongan Pengeluaran Penduduk Kota Pekalongan Tahun 2016



Sumber: Pekalongan dalam Angka 2016, Data diolah

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Deskripsi Data

5.1.1. Karakteristik Umum Responden

Karakteristik Umum Responden adalah karakteristik yang didasarkan 1) aspek demografi responden yang meliputi: Jenis Kelamin, Umur, dan Tingkat

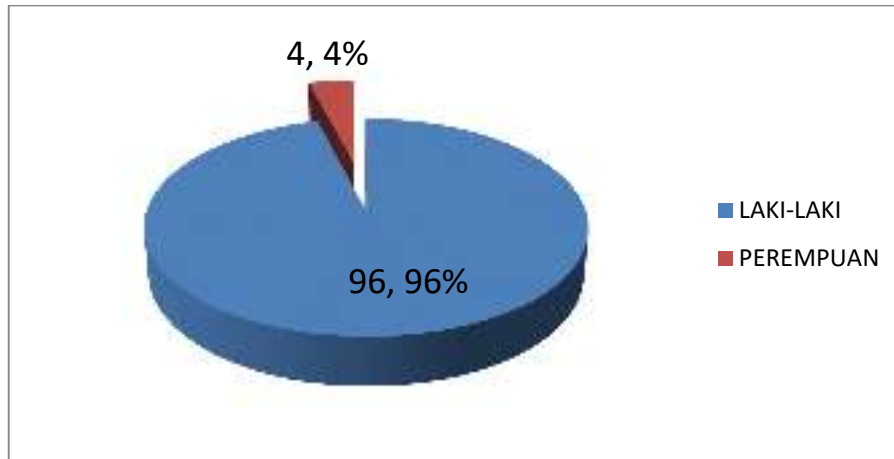
Pendidikan Responden, 2) didasarkan pada perilaku responden yang meliputi: pengetahuan responden terhadap fungsi pemanfaatan ruang RTH dan harapan responden terhadap keberadaan “Pasar Burung Malam”

a. Aspek Demografi Responden

1) Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan umur responden menunjukkan bahwa sebagian besar berjenis kelamin laki-laki, yaitu 96 orang responden. atau 96 % . dan 4 orang bergender perempuan. Jumlah 4 orang responden ini pun jika dicermati bukan pelaku utama dalam “Pasar Burung Malam” tetapi mereka adalah penduduk di sekitar lokasi “Pasar Burung Malam”

Gb.5.1. Jumlah Responden menurut Jenis Kelamin



Sumber: Data Primer, diolah

Data ini menjelaskan bahwa yang terlibat dalam aktivitas “Pasar Burung Malam” mayoritas berjenis kelamin laki-laki, baik pedagang maupun pengunjung. Hal ini sangat wajar karena pada umumnya, pecinta burung peliharaan di Indonesia didominasi oleh kaum laki-laki. Apalagi aktivitas pasar juga terjadi di malam hari. Sedangkan perempuan lebih bersifat komplementer dalam kegiatan pasar, Jika ada, mereka lebih berperan sebagai pihak yang menemani teman laki-lakinya atau pedagang makanan. Berikut adalah tabel yang menjelaskan perincian jumlah responden:

Tabel 5.1. Jumlah Pedagang, Pengunjung, dan Warga sekitar

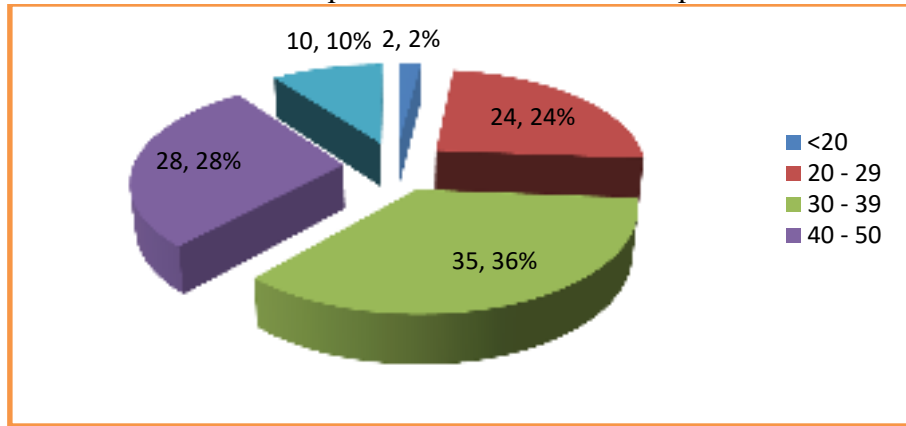
NO	KETERANGAN	PEDAGANG	PENGUNJUNG	WARGA	JUMLAH	PERSEN
----	------------	----------	------------	-------	--------	--------

1	LAKI-LAKI	30	49	17	96	96
2	PEREMPUAN	0	1	3	4	4
Jumlah		30	50	20	100	100

Sumber: Data Primer diolah

2) Karakteristik Umur Responden:

Gb.5.2. Jumlah Responden Menurut Umur Responden



Sumber: Data Primer, diolah

Dalam penelitian ini, umur responden bervariasi diantara umur kurang dari 20 tahun hingga lebih dari 50 tahun dengan jumlah mayoritas responden berusia diantara 30 – 39 tahun, yaitu sebanyak 35 responden (36%). Jumlah terbanyak berikutnya adalah mereka berumur diantara 40-50 tahun dan mereka yang berumur diantara 20-29 tahun, yaitu masing-masing sebanyak 28 responden (28%) dan 24 responden (24%). Hal ini wajar, karena pada umumnya penyuka burung dan bersedia beraktivitas malam berada di usia-usia produktif. Berikut adalah perincian jumlah masing-masing responden.

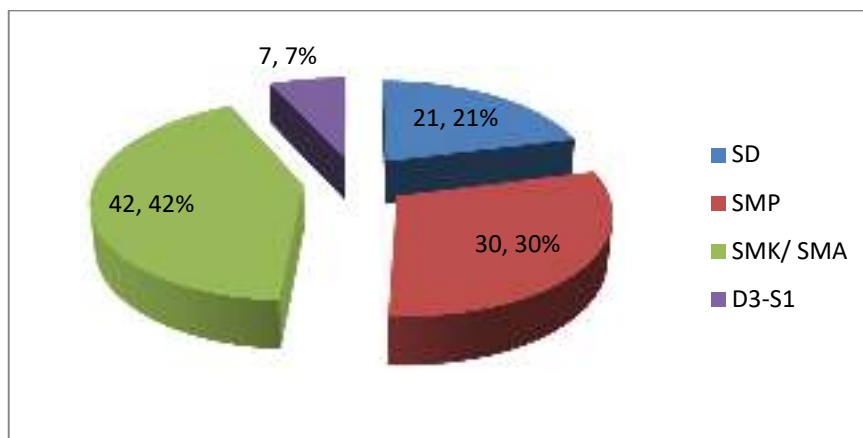
Tabel.5.2. Jumlah Responden Menurut Umur

NO	UMUR	PEDAGANG	PENGUNJUNG	WARGA	JUMLAH
1	<20	1	1	0	2
2	20 - 29	8	12	4	24
3	30 - 39	10	21	4	35
4	40 - 50	7	14	7	28
5	> 50	3	2	5	10
		29	50	20	99

Sumber: Data Primer diolah

3) Tingkat Pendidikan Responden

Gb.5.3 Tingkat Pendidikan Responden



Sumber: data primer diolah

Tingkat pendidikan responden bervariasi diantara tingkat pendidikan SD s/d SMA/SMK dengan mayoritas mereka berpendidikan SMA/SMK, yaitu sebanyak 42 responden (42%). Hal ini menunjukkan bahwa para aktivitas “Pasar Burung Malam” dilakukan oleh mereka yang berpendidikan dasar hingga menengah saja, meski tidak menutup kemungkinan ada yang berpendidikan

tinggi, tetapi jumlahnya sangat sedikit. Berikut adalah tabel yang menjelaskan perincian jumlah responden:

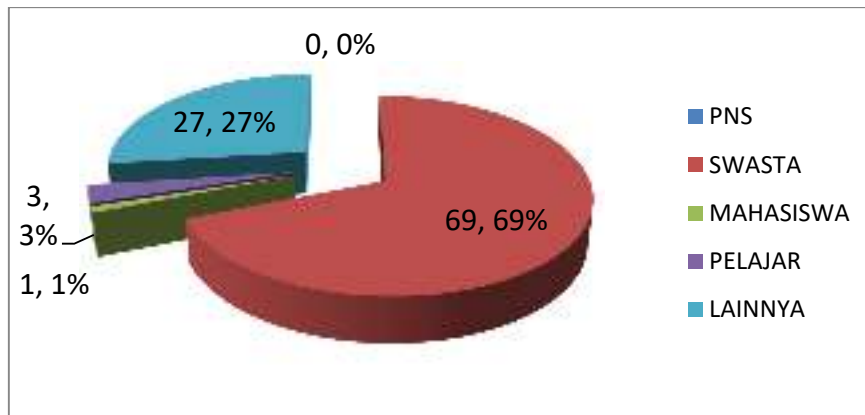
Tabel 5.3. Jumlah responden Menurut Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Pedagang	Pengunjung	Warga	Jumlah
1	SD	6	8	7	21
2	SMP	11	13	6	30
3	SMK/ SMA	13	22	7	42
4	D3-S1	0	7	0	7
Jumlah		30	50	20	100

Sumber: Data Primer diolah

4) Status Pekerjaan Responden

Gb.5.4. Jumlah Responden Menurut Status Pekerjaan



Sumber: data primer diolah

Aktivitas “Pasar Burung Malam” di Lapangan Sorogenen dilakukan oleh mereka yang telah bekerja atau istilahnya sambilan dan sebagian besarnya bekerja di sektor swasta. Disusul oleh pekerjaan lainnya, yang mungkin mereka adalah buruh batik, nelayan, pedagang atau lainnya yang bekerja disektor

informal. Ada beberapa responden yang masih berstatus pelajar dan mahasiswa di perguruan tinggi, tetapi jumlahnya relatif kecil. Berikut adalah tabel yang menjelaskan perincian jumlah responden:

Tabel 5.4. Jumlah Responden Menurut Pekerjaan

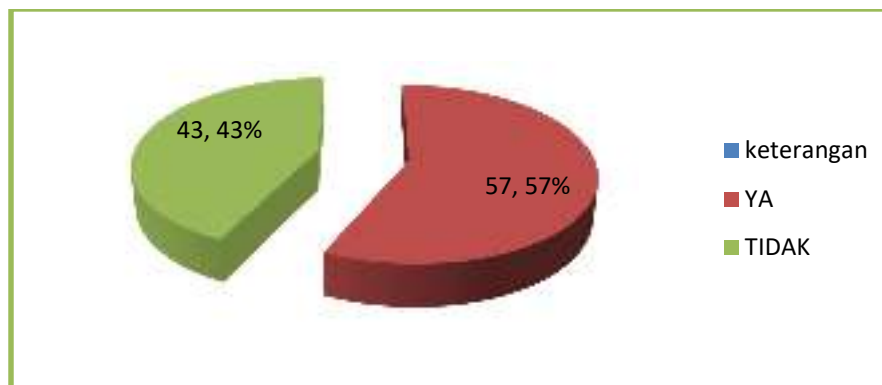
No	Pekerjaan	Pedagang	Pengunjung	Warga	Jumlah
1	PNS	0	0	0	0
2	SWASTA	19	39	11	69
3	MAHASISWA	0	1	0	1
4	PELAJAR	2	1	0	3
5	LAINNYA	9	9	9	27
Jumlah		30	50	20	100

Sumber: Data Primer diolah.

5) Perilaku Responden

a. Pengetahuan Responden Tentang Fungsi Pemanfaatan RTH.

Gb.5.5. Jumlah Responden Yang Mengetahui Pemanfaatan RTH Sorogenen



Sumber: data primer diolah

Berdasarkan data di atas, sebenarnya para pelaku aktivitas “Pasar Burung Malam” mengetahui bahwa Lapangan Sorogenen bukanlah pasar yang disediakan oleh pemerintah untuk bertransaksi. Mereka mengetahui bahwa lapangan tersebut merupakan Ruang Terbuka Hijau (RTH) yang disediakan untuk publik disamping sebagai ruang hijau juga ruang bagi masyarakat Pekalongan untuk berolah raga, arena bermain anak, bersantai dan sebagainya. Hal ini ditunjukkan dari jumlah responden yang mengetahui fungsi RTH sebanyak 57 responden (57%). Kemungkinan karena saat aktivitas transaksi burung masih sedikit tidak segera diperingatkan, atau tidak ada fasilitas khusus yang disediakan pemerintah Kota Pekalongan yang layak dan memadai dari berbagai sisi sehingga para pelaku mengambil tempat dianggap layak, aman dan nyaman untuk bertransaksi. Berikut adalah tabel yang menjelaskan perincian jumlah responden:

Tabel 5.5. Jumlah Responden Yang Mengetahui Pemanfaatan RTH Sorogenen

No	Keterangan	Pedagang	Pengunjung	Warga	Jumlah
1	YA	19	21	17	57
2	TIDAK	11	29	3	43
		30	50	20	100

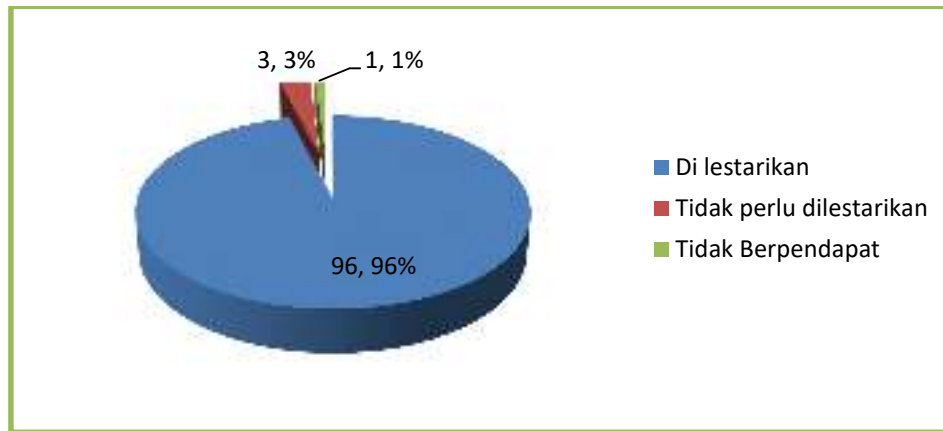
Sumber: Data Primer diolah.

b. Kemungkinan “Pasar Burung Malam” Sorogenen Dilestarikan

Secara umum, mayoritas responden yang terdiri dari para pedagang, pengunjung maupun masyarakat di sekitar lokasi berharap keberadaan “Pasar Burung Malam” dapat dilestarikan. Hal ini dimungkinkan bahwa keberadaan

“Pasar Burung Malam” membantu perekonomian mereka maupun sarana hiburan gratis karena dapat melihat bermacam burung maupun mendengar kicauan burung yang beragam.

Gb.5.6. Jumlah Responden Yang Berharap Pasar Burung Dilestarikan



Sumber: data primer diolah

Hal menarik dari gambaran data penelitian ini adalah bahwa hampir dari seluruh warga yang menjadi responden mayoritas menyatakan hal yang sama dengan pedagang maupun pengunjung yang sependapat bahwa keberadaan “Pasar Burung Malam” perlu dilestarikan. Hal ini membuktikan bahwa aktivitas “Pasar Burung Malam” tidak mengganggu warga di sekitar lokasi. Berikut adalah tabel yang menjelaskan perincian jumlah responden:

Tabel 5.6. Jumlah Respdnen Yang Berharap Pasar Burung Dilestarikan

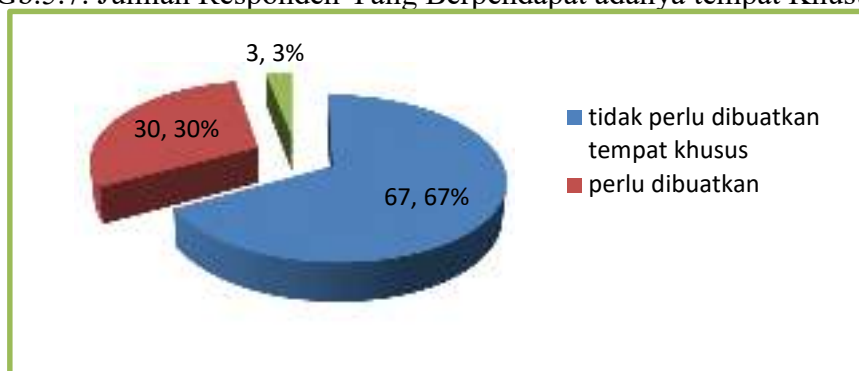
No	Keterangan	Pedagang	Pengunjung	Warga	Jumlah
1	Di lestarikan	30	49	17	96
2	Tidak perlu dilestarikan	0	1	2	3
3	Tidak Berpendapat	0	0	1	1
Jumlah		30	50	20	100

Sumber: data primer diolah

c. Kemungkinan Dibuatkan Tempat Khusus

Aktivitas dan keberadaan “Pasar Burung Malam” di RTH Sorogenen yang tidak sesuai dengan fungsi peruntukannya menurut Perda No 31 Tahun 2011 tentang RTRW Kota Pekalongan menjadi pertimbangan bagi pihak pemerintah Kota Pekalongan untuk mencari alternatif tempat yang lebih representatif dan bisa diterima semua pihak pelaku pasar.

Gb.5.7. Jumlah Responden Yang Berpendapat adanya tempat Khusus



Sumber: data primer diolah

Namun demikian berdasarkan hasil survei, ternyata sebagian besar responden, yaitu 67 responden (67%) masih menginginkan bertahan di

Lapangan Sorogenen dan tidak perlu dibuatkan tempat khusus di lokasi lain, 30 responden (30%) berpendapat perlu dibuatkan tempat khusus, sisanya tidak berpendapat. Berikut adalah tabel yang menjelaskan perincian responden:

Tabel 5.7. Jumlah Responden Yang Berpendapat adanya tempat Khusus

No	Keterangan	Pedagang	Pengunjung	Warga	Jumlah
1	Tidak Perlu Dibuatkan Tempat Khusus	24	35	8	67
2	Perlu Dibuatkan	6	14	10	30
3	Tidak Berpendapat	0	1	2	3
Jumlah		30	50	20	100

Sumber: Data Primer diolah

5.1.2. Pedagang

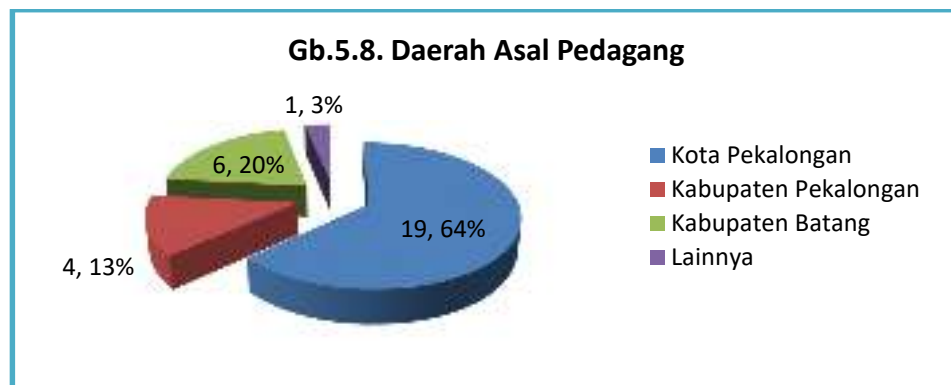
1) Daerah Asal Pedagang.

Pasar “Pasar Burung Malam” telah tumbuh dan berkembang cukup lama di Kota Pekalongan. Keberadaannya menjadi unik dan daya tarik tersendiri bagi pedagang maupun pembeli atau mereka yang sekedar melihat-lihat. Unik karena beroperasi dimalam hari yang tentunya tidak lazim bagi hewan yang diperdagangkan. Unik karena “Pasar Burung Malam” tidak dijumpai di Kota-kota lain.

Sejak lama lokasi “Pasar Burung Malam” di Sorengen beroperasi tanpa legalitas yang resmi. Pasar ini beberapa kali pindah terutama saat dimulainya pembangunan lapangan Sorogenen menjadi Ruang Terbuka Hijau (RTH). Dengan dibangunnya lapangan Sorogenen, tempat yang menjadi

pilihan para pedagang adalah Pasar Sayun di Jalan Gajah Mada Pekalongan, dan ketika Pasar Sayun ditutup para pedagang kembali berpindah, dan tempat yang menjadi pilihan adalah areal Jetayu dekat Museum Batik Kota Pekalongan atau jalan di belakang lembaga pemasyarakatan Loji. Dengan selesainya pembangunan lapangan Sorogenen dan difungsikannya sebagai RTH Kota Pekalongan. Para pedagang secara berangsur-angsur kembali lagi ke Sorogenen pada malam hari. Hal ini dimungkinkan karena di malam hari fungsi RTH tidak maksimal, malah terkesan terabaikan.

Jumlah pedagang di “Pasar Burung Malam” ternyata tidak saja berasal dari kota pekalongan dan sekitarnya, meskipun prosentasenya tidak banyak pedagang ada yang berasal dari kota lain yaitu kabupaten Pemalang.

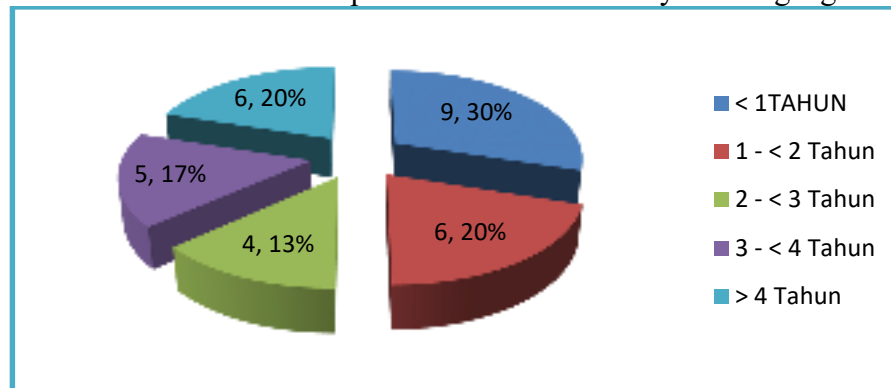


Sumber: Data primer diolah

2) Lama Berdagang

Karakteristik pedagang menurut lamanya berdagang proporsinya hampir sama, dari yang lamanya kurang dari satu tahun hingga yang lebih dari 5 tahun. Yang menarik adalah bahwa proporsi terbanyak adalah mereka yang berdagang kurang dari 1 tahun. Hal ini mengindikasikan munculnya pemain-pemain baru yang turut serta dalam aktivitas pasar. Pemain-pemain baru ini bisa dari mana saja, bisa dari kalangan pecinta-pecinta burung baru karena mengikuti gaya hidup yang sedang terjadi, terutama dari kalangan pelajar dan mahasiswa. Bisa juga dari mereka yang beralih profesi menjadi pedagang baru. Berikut adalah gambar yang memperlihatkan distribusi jumlah pedagang di “Pasar Burung Malam”.

Gb. 5.9. Jumlah Responden Menurut Lamanya Berdagang



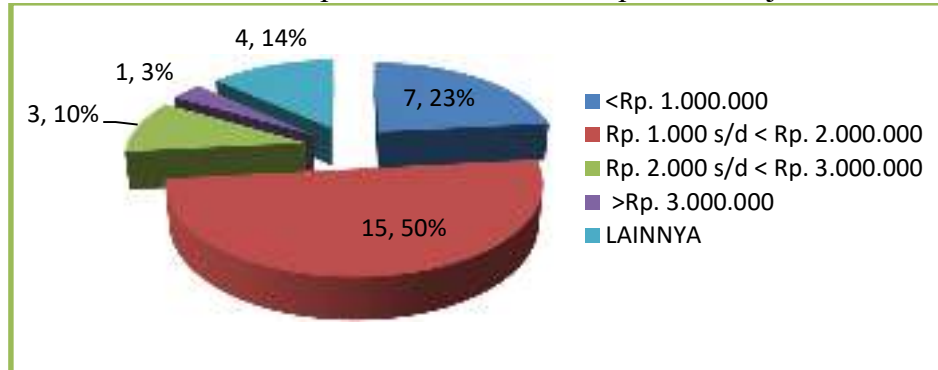
Sumber: data primer diolah.

3) Pendapatan dari Selain Berdagang Burung / Bulan

Sebagaimana telah disebutkan di atas bahwa pelaku aktivitas “Pasar Burung Malam” memiliki pekerjaan lain di luar pasar, mayoritas adalah swasta. Jika dilihat dari penghasilan atas pekerjaan di luar pasar, sebagian besarnya di

bawah Rp. Di antara Rp. 1.000.000,- s/d Rp 2.000.000. Oleh karena itu, mereka berusaha melakukan aktivitas sambil di “Pasar Burung Malam” sebagai bagian memperoleh penghasilan tambahan.

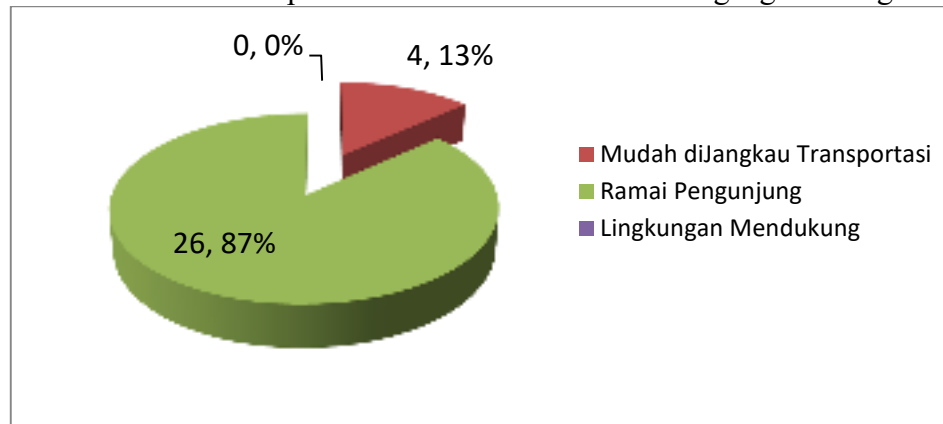
Gb.5.10. Jumlah Responden Menurut Pendapatan Pekerjaan Pokok



Sumber: data primer diolah

4) Motivasi Memilih Berjualan di “Pasar Burung Malam”.

Gb. 5.11. Jumlah Responden Menurut Motivasi Berdagang di Sorogenen

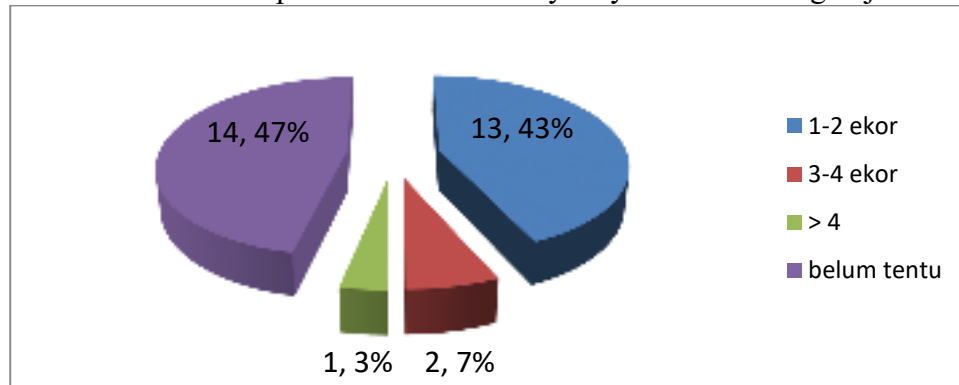


Sumber: data primer diolah

Motivasi adalah sebab seseorang melakukan sesuatu. Para pelaku aktivitas burung malam di Lapangan Sorogenen lebih banyak didorong oleh ramainya pengunjung dan didukung oleh letak lokasi “Pasar Burung Malam” yang mudah dijangkau transportasi.

5) Jumlah Penjualan / malam

Gb.5.12. Jumlah Responden Menurut Banyaknya Produk Yang Dijual



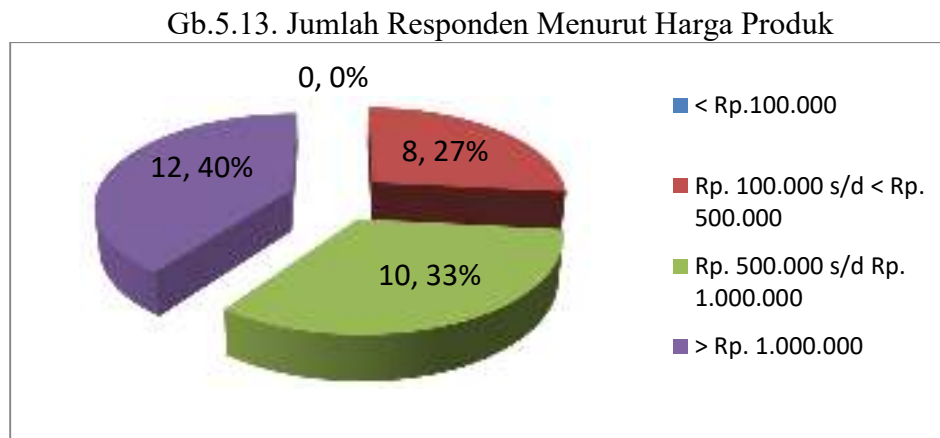
Sumber: data primer diolah

Secara umum, tingkat transaksi yang terjadi di “Pasar Burung Malam” per orang per malamnya belumlah tinggi. Bahkan hampir mendekati 50% dari jumlah pedagang dalam setiap malamnya tidak melakukan penjualan. Rata-rata terjadi penjualan 1 s/d 2 burung per pedagang,. Tetapi jika dikumulatifkan per malamnya jumlahnya cukup banyak. Hal ini terjadi karena burung bukanlah kebutuhan pokok. Ada yang membeli untuk dinikmati bentuk dan suaranya,



tetapi tidak sedikit yang membeli untuk dijual lagi dengan mengharapkan keuntungan atas transaksi tersebut.

6) Harga Burung



Sumber: data primer diolah

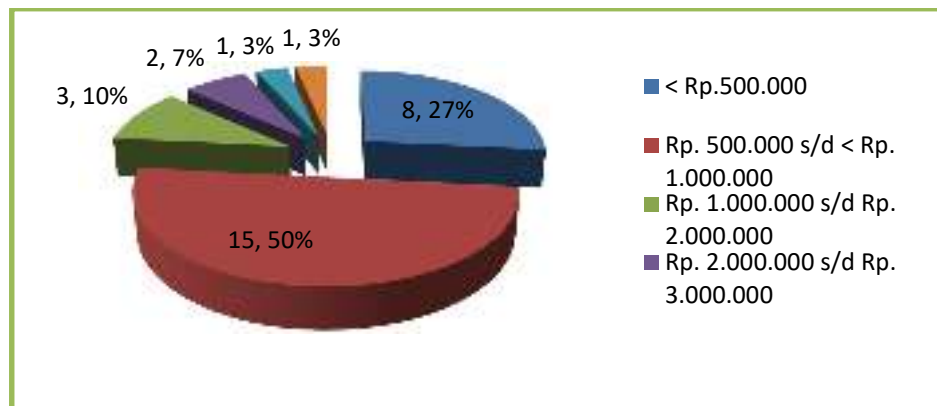
Beragam burung diperjual-belikan di “Pasar Burung Malam” Lapangan Sorogenen, baik dari jenis burung maupun harganya. Dilihat dari harga, rata-rata burung yang dijual di “Pasar Burung Malam” di kisaran Rp 100.000, s/d lebih dari Rp 1.000.000.

7) Rata-rata Pendapatan dalam Seminggu

Aktivitas pasar yang terjadi setiap malam menjadi dorongan bagi pedagang maupun pengunjung untuk hadir di Lapangan Sorogenen. Mereka berharap bisa memperoleh rejeki dari aktivitas yang dilakukan. Jika

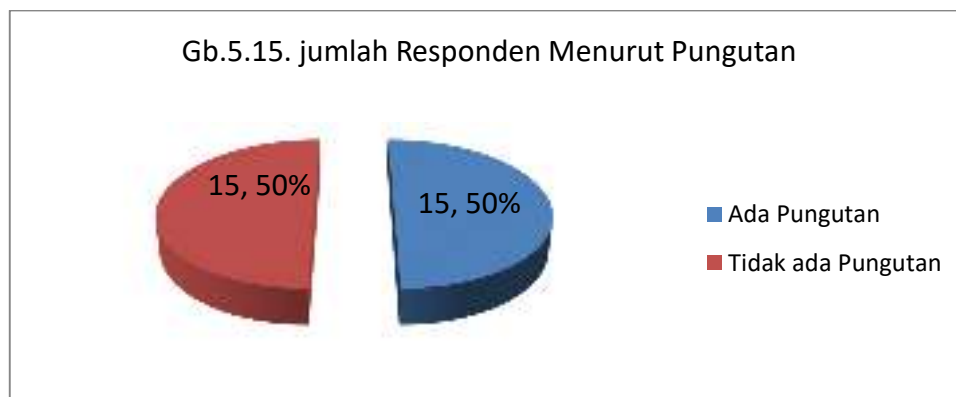
dikumulatifkan selama seminggu, rata-rata mereka memperoleh pendapatan diantara Rp. 500.000 s/d Rp. 1.000.000. selanjutnya diikuti oleh mereka yang memperoleh kurang dari Rp.500.000. dan hanya sebagian kecil yang memperoleh pendapatan diatas Rp. 3.000.000. Hal ini sangat rasional karena tidak setiap hari mereka bisa melakukan penjualan.

Gb. 5.14. Jumlah Responden Menurut Penerimaan Perminggu



Sumber: data primer diolah

8) Adanya Biaya Pemungutan



Sumber: data primer diolah

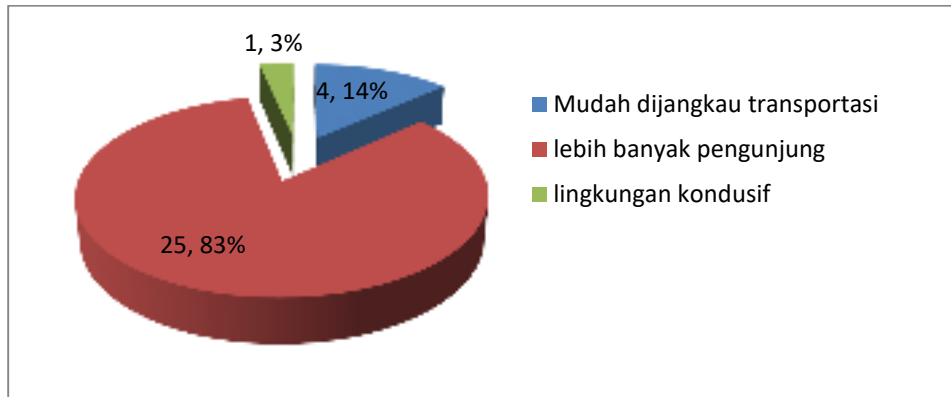
Sebagaimana pasar pada umumnya, kedatangan mereka di area jual beli juga dikenakan biaya. Bagi pengunjung minimal kendaraan mereka dipungut retribusi parkir, meski seringkali bersifat tidak resmi. Demikian juga biaya yang dipungut dari para pelaku pasar yang masih bersifat tidak resmi. Hal ini disebabkan oleh status pasar yang masih bersifat illegal. Hasil survei menunjukkan bahwa dari 50% responden telah dikenakan biaya dalam beraktivitas di “Pasar Burung Malam” di Lapangan Sorogenen. Biaya tersebut diperuntukan untuk biaya kebersihan yang besarnya adalah Rp. 2.000. adapun personil yang bertugas memungut biaya kebersihan adalah dari “paguyuban”.

9) Adanya “Pasar Burung Malam” Selain di Sorogenen

Aktivitas “Pasar Burung Malam” di Lapangan Sorogenen seolah menjadi salah satu hal yang khas di Kota Pekalongan. Hal ini ditunjukkan hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan tidak ada “Pasar Burung Malam” selain yang ada di Kota Pekalongan dan bisa jadi di kota lain. Meskipun ada beberapa responden yang menjawab ada, kemungkinan adalah pasar burung di wilayah Pekalongan Selatan yang sesungguhnya beroperasi di pagi hari.

10) Kelebihan “Pasar Burung Malam” Sorogenen

Gb. 5.16. Kelebihan Pasar Sorogenen menurut Pedagang



Sumber: data primer diolah

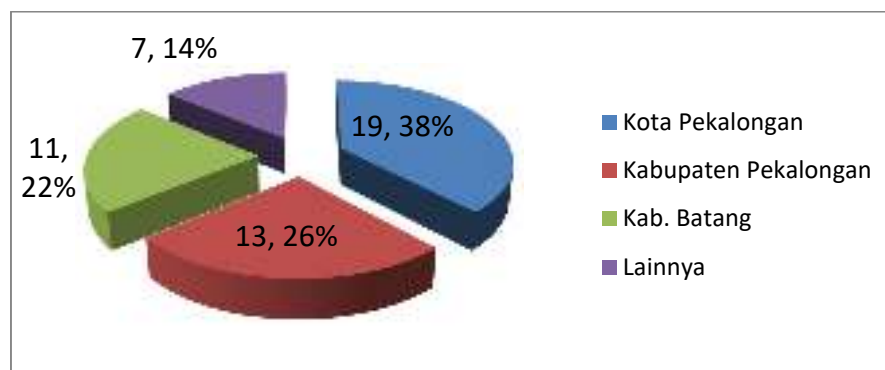
Sebagaimana responden yang lain, para pedagang burung memilih “Pasar Burung Malam” di Lapangan Sorogenen lebih disebabkan banyaknya pengunjung dengan didukung dengan lokasi yang mudah terjangkau. Hal ini menjadi nilai lebih yang layak dipertahankan jika statusnya telah legal. Banyaknya pengunjung menjadi salah satu indikator bahwa tempat yang dikunjungi menarik. Pedagang tentu berharap, dengan banyaknya pengunjung, transaksi yang menguntungkan dapat terjadi.

5.1.3. PENGUNJUNG

1) Daerah Asal Pengunjung

Keberadaan “Pasar Burung Malam” di Sorogenen menjadi atraksi atau daya tarik tersendiri bagi pengunjung pasar. Keberadaannya bak magnet yang mampu menarik barang-barang disekitarnya dan seperti cahaya lampu yang sangat terang yang didatangi berbagai serangga. Hampir setiap malam “Pasar Burung Malam” ini ditangani banyak pengunjung. Apalagi di malam malam tertentu saat diadakan kontes burung pengunjungnya lebih banyak. Mereka datang, tidak saja berasal dari Kota Pekalongan, Kabupaten Pekalongan, dan Kabupaten Batang, tetapi juga berasal dari daerah lain seperti comal, pemalang, dan hingga Jawa Timur. Berikut adalah bagan yang menjelaskan daerah asal pengunjung “Pasar Burung Malam” di Sorogenen.

Gb. 5.17. Jumlah Responden Menurut Daerah Asal



Sumber: data primer diolah

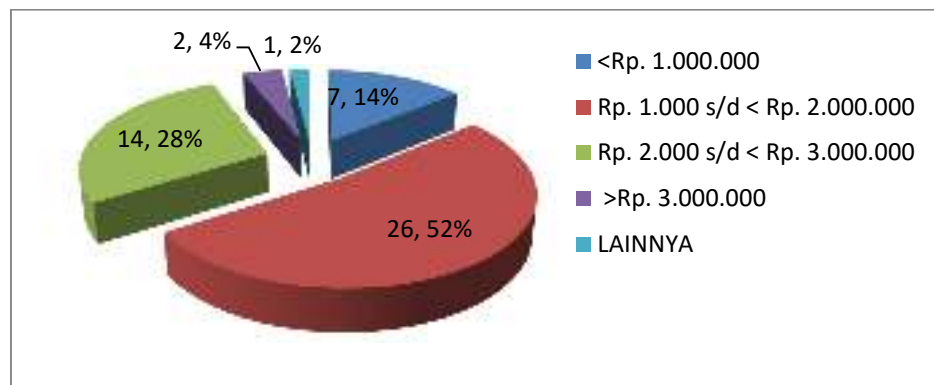
Dari bagan diatas dapat dijelaskan bahwa dari 50 responden yang dipilih pengunjung memang masih didominasi oleh penduduk Kota



Pekalongan dan sekitarnya, yaitu sebanyak 19 orang (38%), namun demikian yang menarik dari data ini adalah pengunjung yang berasal dari luar kota yang jumlahnya 7 orang atau (14%), masing masing mereka berasal dari 5 orang dari kabupaten pemalang, 1 orang dari Salatiga, dan 1 orang lagi dari Tuban Jawa Timur. Artinya bahwa “Pasar Burung Malam” ini memang sudah dikenal oleh banyak masyarakat di luar Pekalongan dan sekitarnya.

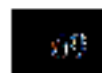
2) Pendapatan dalam Satu Bulan

Gb. 5.18. Jumlah Responden Menurut Tingkat Pendapatan



Sumber: data primer diolah

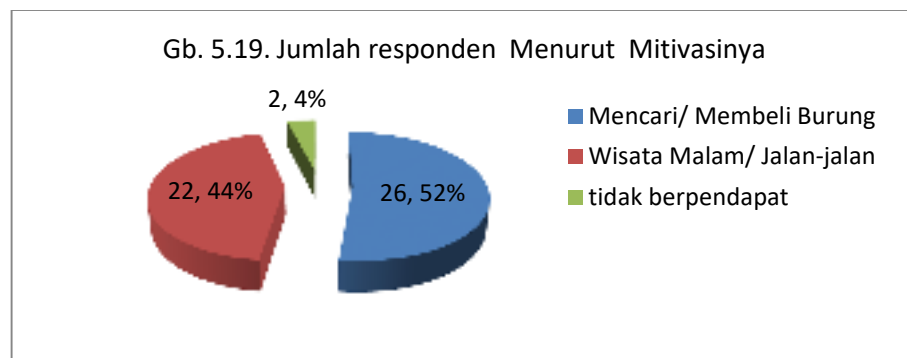
Banyaknya pengunjung merupakan salah satu sebab ramainya aktivitas di “Pasar Burung Malam”. Beragam Motivasi mereka berkunjung ke pasar, pertama didasarkan motif kebutuhan mencari burung untuk dipelihara. Kedua mereka dengan motif sekedar jalan-jalan untu melihat dan menikmati malam sembari menikmati keramaian suara burung. Ketiga mereka dengan motif jalan-jalan sambil menikmati makan di keramaian dengan harga merakyat.



Berdasarkan motif-motif tersebut, tidak sedikit yang harus membawa bekal uang. Dilihat dari penghasilan, pengunjung sebagian besarnya berpenghasilan antara Rp 2.000.000,- – Rp 3.000.000,- per bulan.

3) Motivasi Berkunjung ke “Pasar Burung Malam”

Sebagaimana disebutkan sebelumnya, bahwa sebab pengunjung datang ke “Pasar Burung Malam” bervariasi. Berdasarkan hasil survei, mayoritas berkunjung untuk mencari atau membeli burung. Sebagian yang lain datang hanya sekedar untuk jalan-jalan. Hal ini dapat menjadi pertimbangan bagi pemerintah kota dalam membuat kebijakan di masa datang terkait keberadaan “Pasar Burung Malam”.

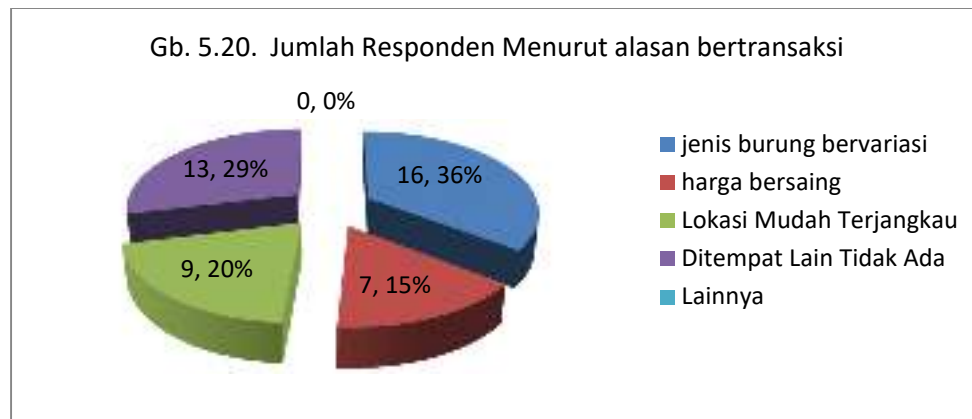


Sumber: data primer diolah

4) Alasan Transaksi di “Pasar Burung Malam”

Pengunjung yang datang untuk mencari atau membeli burung di “Pasar Burung Malam” Lapangan Sorogenen lebih banyak dipengaruhi oleh keberagaman jenis burung yang ditawarkan (36%) dan didukung pada malam

hari tidak ada pasar burung yang serupa di tempat lain (29%). Selanjutnya karena kemudahan lokasi yang mudah dijangkau dengan transportasi (20%) dan terakhir karena harga burung yang relatif bersaing (15%). Hal ini menjadi daya tarik besar bagi pengunjung maupun calon pengunjung. Apalagi jika dikelola secara resmi dengan fasilitas yang lebih baik, termasuk promosi, diperkirakan tingkat kunjungan akan lebih banyak lagi, termasuk kunjungan dari luar kota.



Sumber: data primer diolah

5) Keberadaan “Pasar Burung Malam” di Luar Sorogenen

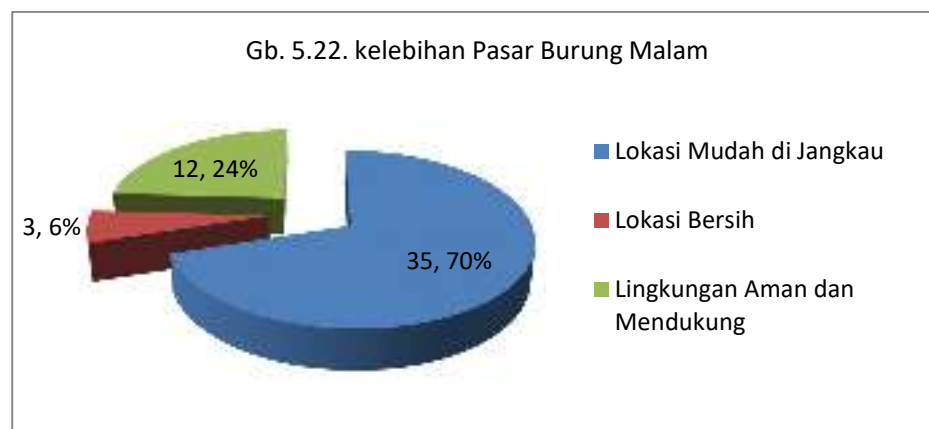
Sebagaimana pendapat para pedagang, mayoritas pengunjung memiliki persepsi yang sama bahwa tidak ada “Pasar Burung Malam” sejenis di Kota Pekalongan maupun di kota lain. Hal ini menjadi potensi besar bagi Kota Pekalongan untuk menjadikan ciri khas serta meningkatkan pendapatan daerah dari beberapa jenis retribusi.



Sumber: data primer diolah

6) Kelebihan “Pasar Burung Malam” Sorogenen

Bagi pengunjung, faktor lokasi yang mudah dijangkau dan lingkungan yang aman menjadi pertimbangan utama bagi mereka untuk mengunjungi “Pasar Burung Malam” di Lapangan Sorogenen. Jika hal ini terus bertahan maka dimungkinkan tingkat kunjungan juga semakin besar dan menjadi magnet tambahan bagi pedagang untuk beraktivitas di “Pasar Burung Malam”.



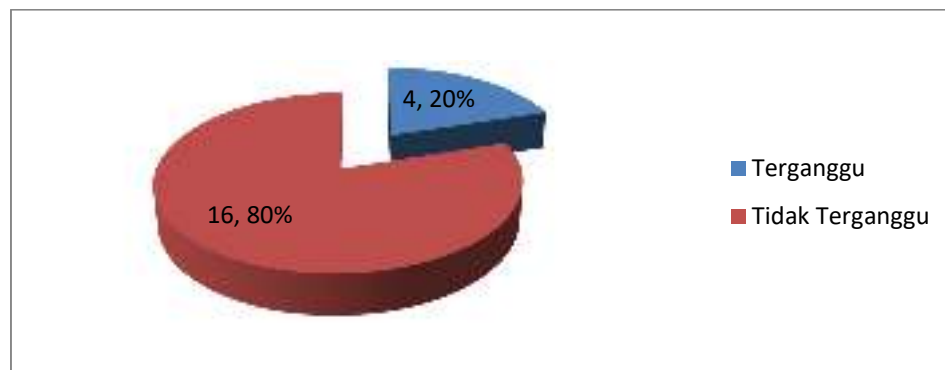
Sumber: data primer diolah

5.1.4. Masyarakat Sekitar

1) “Pasar Burung Malam” di Sorogenen Mengganggu / Tidak.

Meskipun masyarakat sekitar lokasi “Pasar Burung Malam” mengetahui bahwa keberadaan “Pasar Burung Malam” statusnya illegal dan menyalahi penggunaan RTH, tetapi warga sekitar merasa tidak terganggu. Hal ini ditunjukkan dari hasil survei dimana 80% responden menyatakan tidak terganggu dengan aktivitas “Pasar Burung Malam” di Lapangan Sorogenen.

Gb.5.23. Keberadaan “Pasar Burung Malam” Bagi Masyarakat sekitar



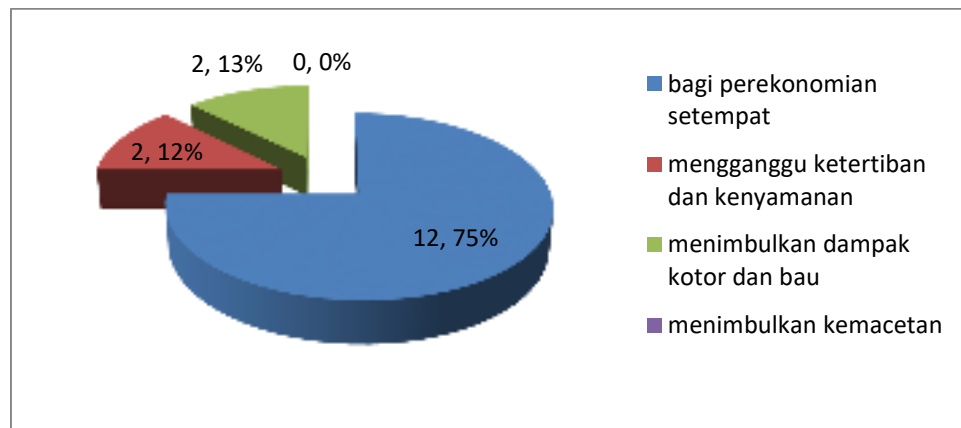
Sumber : data primer diolah

2) Dampak “Pasar Burung Malam”

Pasar burung yang aktivitasnya dilakukan di malam hari, namun menurut warga sekitar tidak mengganggu kemungkinan karena manfaatnya dianggap lebih besar dari sisi ekonomi. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar responden, yaitu 75% menganggap bahwa kegiatan “Pasar Burung Malam” memberi dampak positif bagi perekonomian setempat, sementara mengganggu

ketertiban dan kenyamanan masing-masing hanya 12%. Tidak ada yang berpendapat bahwa keberadaannya “Pasar Burung Malam” mengganggu kemacetan transportasi.

Gb. 5.24. Dampak Perekonmian Menurut Masyarakat



Sumber: data primer diolah

5.2. Pembahasan

Dari hasil survei yang telah dijelaskan diatas maka dapat disimpulkan dalam rekapan hasil sebagai berikut:

Tabel 5.8. Rekapitulasi Hasil

No	Aspek	Hasil
1	Aspek Demografi	Jenis Kelamin: laki-laki Umur : 20 – 50 Th Pendidikan: SMP s/d SMA/SMK Status Pekerjaan: Swasta dan lainnya
2	Aspek Geografis	Asal Pedagang: Kota Pekalongan, Batang, dan Kabupaten Pekalongan, serta comal Asal Pengunjung: Kota Pekalongan, Batang, Kab. Pekalongan, Kabupaten Pemalang, Salatiga dan Tuban Jawa Timur.
3	Aspek Psikografis:	Motif berdagang: Ramai Pengunjung lokasi mudah dijangkau. Motif Berkunjung: Mencari burung, bersosialisasi, dan wisata malam. Kebutuhan : dilestarikan dan tidak perlu pembuatan tempat khusus lainnya.
4	Atraksi/ Daya Tarik	Dilaksanakan di Malam Hari dan tidak ada ditempat lain
5	Perilaku	Pengetahuan atas Fungsi RTH: yang mengetahui dan tidak hampir seimbang Posisi pedagang menempati taman hijau dan tidak beraturan
6	Dampak	Meningkatkan perekonomian, belum menimbulkan dampak lalu lintas yang berarti seperti kemacetan, tidak menimbulkan dampak ketertiban dan Kebersihan dan Keindahan: Kerusakana taman, berkurangnya keindahan karena beberapa perabotan pedagang makanan diletakkan di pinggir taman, dan menyisakan sampah pasca aktivitas pasar

Keberadaan “Pasar Burung Malam” secara nyata telah memberi kontribusi positif baik dari aspek sosial maupun aspek ekonomi. dari Aspek

sosial keberadaan “Pasar Burung Malam” adalah sarana bagi masyarakat Kota Pekalongan dan sekitarnya, terutama mereka yang tergabung dalam komunitas pencinta burung untuk bersosialisasi dengan sesamanya. Bagi masyarakat awam bisa menjadi alternatif hiburan malam untuk melihat ragam dan jenis burung yang diperdagangkan.

Selanjutnya jika dilihat dari aspek ekonominya, keberadaan “Pasar Burung Malam” bisa menjadi peluang alternatif bisnis bagi sebagian masyarakat Kota Pekalongan dan sekitarnya, terutama mereka yang tidak tertampung dalam sektor formal. Keberadaan “Pasar Burung Malam” bagi kelompok ini bisa dijadikan sarana mengais pendapatan memenuhi kebutuhan hidupnya. Dan bagi mereka yang telah bekerja namun di bawah UMK, keberadaan “Pasar Burung Malam” bisa mereka manfaatkan menjadi peluang bisnis alternatif untuk menambah pendapatan. Yang pasti bahwa keberadaan “Pasar Burung Malam” telah ber*Multiplier efek* terhadap ekonomi yang tidak saja dirasakan oleh pelaku ekonomi lapis bawah, seperti penjaja makanan dan tukang parkir, tetapi juga hotel-hotel di sekitar lokasi pasar. Efek ekonomi pada lapis ekonomi tingkat atas seperti Perhotelan dan Restoran mereka rasakan jika ada pengunjung yang berasal dari luar kota. Sedangkan bagi Pemda Kota Pekalongan keberadaan “Pasar Burung Malam” bisa bermakna dinamika perekonomian daerah sedang menggeliat meningkat yang dapat berimbas pada peningkatan PDRB dan pertumbuhan PDRB, serta bertambahnya peluang kerja

dan penurunan tingkat pengangguran, yang pada akhirnya berujung pada peningkatan kesejahteraan dan kehidupan ekonomi masyarakat.

Namun demikian sifat aktivitasnya yang tidak terorganisir dan tidak dikelola secara resmi oleh suatu lembaga tertentu baik pemerintah maupun swasta maka aktivitasnya belum digolongkan sebagai pasar menurut definisi Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Tentang Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern Pasar tradisional. Dimana yang dimaksud pasar adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. Hal ini berarti bahwa keberadaan “Pasar Burung Malam” belum mendapatkan legalitas dari Pemerintah Kota Pekalongan. Pemerintah Kota Pekalongan belum menerima manfaat apapun dari adanya kegiatan, seperti penerimaan retribusi pasar.

Selanjutnya aktivitas “Pasar Burung Malam” yang dilakukan di RTH Sorogonan merupakan bentuk pelanggaran terhadap Perda Kota Pekalongan Nomor 30 Tahun 2011 tentang **Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Pekalongan TAHUN 2009 – 2029**. Dimana dalam perda tersebut yang dimaksud dengan RTH adalah area memanjang/ jalur dan/atau mengelompok,

yang penggunaannya lebih bersifat terbuka, tempat tumbuh tanaman, baik yang tumbuh secara alamiah maupun yang sengaja ditanam. Artinya telah terjadi penyalahgunaan fungsi ruang dari area hijau menjadi area perdagangan.

Lebih dari itu ada kecenderungan pedagang burung kurang peduli terhadap keindahan dan kelestarian lingkungan RTH. Mereka menjajakan dagangannya di taman-taman, di area rumput hijau sehingga terlihat beberapa area mulai rusak tidak ditumbuhi rumput. Selain itu kebiasaan buruk pelaku pasar dalam membuang sampah menjadikan ruang terbuka menjadi kotor dan bau di pagi hari. Hal ini membawa konsekuensi menurunnya fungsi RTH.

Ruang terbuka hijau memiliki dua fungsi yaitu, fungsi utama dan fungsi tambahan. Fungsi utama merupakan fungsi ekologis yang menjamin keberlanjutan suatu wilayah kota secara fisik, harus merupakan satu bentuk RTH yang berlokasi, berukuran, dan berbentuk pasti dalam suatu wilayah kota. RTH biasanya menjadi perlindungan sumberdaya penyangga kehidupan manusia dan untuk membangun jejaring habitat hidupan liar.

Beberapa fungsi ekologis RTH di kota adalah antara lain sebagai areal resapan air, menghasilkan oksigen, meredam kebisingan, filter dari partikel padat yang mencemari udara kota, menyerap gas-gas rumah kaca atau hujan asam, penahan angin, mencegah intrusi air laut, ameliorasi iklim serta konservasi air tanah.

1. Penyerap karbon dioksida (CO₂)

Seperti yang sudah kita ketahui, tumbuhan berfungsi untuk menyerap karbon dioksida dan menghasilkan oksigen pada proses fotosintesis. Pada proses fotosintesis ini, tumbuhan menyerap gas karbon dioksida yang jika konsentrasinya terlalu tinggi mengakibatkan udara tercemar dan beracun bagi manusia dan hewan. Di lain pihak proses ini juga menghasilkan gas oksigen yang merupakan kebutuhan penting manusia dan hewan untuk bernapas.

Hutan merupakan elemen penting untuk menyerap gas karbon dioksida dan menghasilkan oksigen. Dengan berkurangnya hutan akibat perladangan, pembalakan, dan kebakaran, maka perlu dibangun ruang terbuka hijau untuk membantu mengatasi penurunan fungsi hutan tersebut. Cahaya matahari akan dimanfaatkan oleh semua tumbuhan, baik ruang terbuka hijau, hutan alami, tanaman pertanian, dan lainnya dalam proses fotosintesis.

2. Pelestarian air tanah

Menurut *Urban Forest Research* (2002), ruang terbuka hijau minimal mempunyai luas setengah hektar mampu menahan aliran permukaan akibat hujan dan meresapkan air ke dalam tanah sejumlah 10.219 m³ setiap tahun. Sistem perakaran tanaman dan serasah yang berubah menjadi humus akan mengurangi tingkat erosi, menurunkan aliran permukaan dan mempertahankan kondisi air tanah di lingkungan sekitarnya. Pada musim penghujan laju aliran permukaan dapat dikendalikan oleh penutupan vegetasi yang rapat, dan pada saat musim kemarau potensi air tanah yang tersedia bisa memberikan manfaat bagi kehidupan di lingkungan perkotaan.

3. **Penahan Angin**

Ruang terbuka hijau selain berfungsi sebagai peresapan air, dapat juga berfungsi sebagai penahan angin yang mampu mengurangi kecepatan angin 75% - 80%. Beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam mendesain ruang terbuka hijau untuk menahan angin adalah jenis tanaman harus memiliki dahan yang kuat, serta penanaman pohon yang selalu hijau sepanjang tahun berguna sebagai penahan angin. (*Forest Service Publication. Trees save energy, 2003*)

4. **Ameliorasi Iklim**

Ruang terbuka hijau dapat dibangun untuk mengelola lingkungan perkotaan untuk menurunkan suhu pada waktu siang hari dan sebaliknya pada malam hari dapat lebih hangat karena tajuk pohon dapat menahan radiasi balik (reradiasi) dari bumi. Jumlah pantulan radiasi matahari suatu hutan sangat dipengaruhi oleh panjang gelombang, jenis tanaman, umur tanaman, posisi jatuhnya sinar matahari, keadaan cuaca dan posisi lintang. Suhu udara pada daerah berhutan lebih nyaman daripada daerah yang tidak ditumbuhi oleh tanaman. Selain suhu, unsur iklim mikro lain yang diatur oleh ruang terbuka hijau adalah kelembaban. Pohon dapat memberikan kesejukan pada daerah-daerah kota yang panas (*heat island*) akibat pantulan panas matahari yang berasal dari gedung-gedung, aspal dan baja. Daerah ini akan menghasilkan suhu udara 3-10 derajat lebih tinggi dibandingkan dengan daerah pedesaan. Penanaman pohon pada suatu areal akan mengurangi temperature atmosfer

pada wilayah yang panas tersebut (*Forest Service Publications, 2003. Trees Modify Local Climate, 2003*)

5. **Habitat Hidupan Liar**

Ruang terbuka hijau bisa berfungsi sebagai habitat berbagai jenis hidupan liar dengan keanekaragaman hayati yang cukup tinggi. Ruang terbuka hijau merupakan tempat perlindungan dan penyedia nutrisi bagi beberapa jenis satwa terutama burung, mamalia kecil dan serangga. Ruang terbuka hijau dapat menciptakan lingkungan alami dan keanekaragaman tumbuhan dapat menciptakan ekosistem lokal yang akan menyediakan tempat dan makanan untuk burung dan binatang lainnya (*Forest Service Publications, 2003. Trees Reduce Noise Pollution and Create Wildlife and Plant Diversity, 2003*).

Ruang terbuka hijau untuk fungsi-fungsi lainnya (sosial, ekonomi, arsitektural) merupakan RTH pendukung dan penambah nilai kualitas lingkungan dan budaya kota tersebut, sehingga dapat berlokasi dan berbentuk sesuai dengan kebutuhan dan kepentingannya, seperti untuk keindahan, rekreasi, dan pendukung arsitektur kota. Dalam suatu wilayah perkotaan empat fungsi utama ini dapat dikombinasikan sesuai dengan kebutuhan, kepentingan, dan keberlanjutan kota.

6. **Fungsi sosial**

Ruang terbuka hijau dalam fungsinya secara sosial dapat menurunkan tingkat stress masyarakat, konservasi situ salami sejarah, menurunkan konflik

sosial, meningkatkan keamanan kota, meningkatkan produktivitas masyarakat, dan sebagainya.

7. Fungsi ekonomi

Manfaat ruang terbuka hijau dalam aspek ekonomi bisa diperoleh secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung, manfaat ekonomi ruang terbuka hijau diperoleh dari penjualan atau penggunaan hasil ruang terbuka hijau berupa kayu bakar maupun kayu perkakas. Penanaman jenis tanaman ruang terbuka hijau yang bisa menghasilkan biji, buah atau bunga dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan oleh masyarakat untuk meningkatkan taraf gizi, kesehatan dan penghasilan masyarakat. Buah kenari selain untuk dikonsumsi juga dapat dimanfaatkan untuk kerajinan tangan. Bunga tanjung dapat diambil bunganya. Buah sawo, pala, kelengkeng, duku, asam, menteng dan lain-lain dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk meningkatkan gizi dan kesehatan masyarakat kota. Sedangkan secara tidak langsung, manfaatekonomi ruang terbuka hijau berupa perlindungan terhadap angin serta fungsi ruang terbuka hijau sebagai perindang, menambah kenyamanan masyarakat kota dan meningkatkan nilai estetika lingkungan kota (Fandeli, 2004).

Ruang terbuka hijau dapat meningkatkan stabilitas ekonomi masyarakat dengan cara menarik minat wisatawan dan peluang-peluang bisnis lainnya, orang-orang akan menikmati kehidupan dan berbelanja dengan waktu yang lebih lama di sepanjang jalur hijau, kantor-kantor dan apartemen di areal yang berponon akandisewakan serta banyak orang yang akan menginap dengan harga

yang lebih tinggi dan jangka waktu yang lama, kegiatan dilakukan pada perkantoran yang mempunyai banyak pepohonan akan memberikan produktivitas yang tinggi kepada para pekerja (Forest Service Publications, 2003. *Trees Increase Economic Stability*, 2003).

8. **Fungsi arsitektural**

Komposisi vegetasi dengan strata yang bervariasi di lingkungan kota akan menambah nilai keindahan kota tersebut. Bentuk tajuk yang bervariasi dengan penempatan (pengaturan tata ruang) yang sesuai akan memberi kesan keindahan tersendiri. Tajuk pohon juga berfungsi untuk memberi kesan lembut pada bangunan di perkotaan yang cenderung bersifat kaku. Suatu studi yang dilakukan atas keberadaan ruang terbuka hijau terhadap nilai estetika adalah bahwa masyarakat bersedia untuk membayar keberadaan ruang terbuka hijau karena memberikan rasa keindahan dan kenyamanan (Tyrväinen, 1998).

Apa bila pemerintah berkehandak memanfaatkan kondisi “Pasar Burung Malam” sebagai bagian dari kegiatan legal. Maka dari hasil tersebut diatas dapat dirumuskan keberadaan pasar aktual dan pasar potensial “Pasar Burung Malam” sebagai berikut:

Tabel. 5.9. Pasar Aktual dan pasar Potensial

	Pasar Aktual	Pasar Potensialnya
Aspek Demografi	Jenis Kelamin: laki-laki Umur : 20 – 50 Th Pendidikan: SMP s/d SMA/SMK Status Pekerjaan: Swasta dan lainnya	Jenis Kelamin: laki-laki Umur : Umur Produktif Pendidikan: SMP s/d SMA/SMK Alternatif Bisnis.
Aspek Geografis	Asal Pedagang: Kota Pekalongan, Batang, dan Kabupaten Pekalongan, serta comal Asal Pengunjung: Kota Pekalongan, Batang, Kab. Pekalongan, Kabupaten Pemalang, Salatiga dan Tuban Jawa Timur.	Pelaku bisa datang dari luar Pekalongan.
Aspek Psikografis:	Motif berdagang: Ramai Pengunjung lokasi mudah dijangkau. Motif Berkunjung: Mencari burung, bersosialisasi, dan wisata malam. Kebutuhan : dilestarikan dan tidak perlu pembuatan tempat khusus lainnya.	Para pelaku mempunyai motif bertaransaksi dan berwisata, Kebutuhan ruang yang representatif untuk bersosialisai.
Atraksi / daya Tarik	Dilaksanakan di Malam Hari dan tidak ada ditempat lain	Pasar bisa menjadi besar karena tidak dijumpai di tempat lain.
Perilaku	Pengetahuan atas Fungsi RTH: yang mengetahui dan tidak hampir seimbang Posisi pedagang menempati taman hijau dan tidak beraturan	Perilaku yang cenderung bebas dan kurang perhatian terhadap lingkungan
Dampak	Meningkatkan perekonomian, belum menimbulkan dampak lalu lintas yang berarti seperti kemacetan, tidak menimbulkan dampak ketertiban dan Kebersihan dan Keindahan: Kerusakana taman, berkurangnya keindahan karena beberapa perabotan pedagang makanan diletakkan di pinggiran taman, dan menyisakan sampah pasca aktivitas pasar	Meningkatkan perekonomian, Pengurangan Pengangguran Dalam jangka panjang: menimbulkan dampak kemacetan lalulintas, Kerusakan Taman RTH, dan menimbulkan kotor dan bau.

5.3. Analisis SWOT:

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengts*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Keputusan strategis perusahaan perlu pertimbangan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. Oleh karena itu perlu adanya pertimbanganpertimbangan penting untuk analisis SWOT.

a. Kekuatan

Kekuatan adalah sumber daya, ketrampilan atau keunggulan keunggulan lain yang membedakan suatu perusahaan dengan pesaingnya. Kekuatan diambil dari internal perusahaan.

b. Kelemahan

Kelemahan adalah suatu keterbatasan atau kekurangan di dalam sumber daya, ketrampilan dan kapabilitas yang dapat menghambatkinerja dari suatu perusahaan. Kelemahan diambil dari internal perusahaan.

c. Peluang

Peluang adalah suatu kondisi di luar lingkungan perusahaan yang menguntungkan dan dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan.

d. Ancaman

Ancaman adalah suatu kondisi dimana keadaan di luar lingkungan perusahaan dapat menjadi penghalang atau pengganggu yang menghambat kinerja perusahaan.

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan Kekuatan dan Kelemahan yang merupakan Analisis faktor internal (IFAS) adalah berbagai aktivitas, harapan, dan kondisi lingkungan “Pasar Burung Malam”. Sedangkan Peluang dan Ancaman yang merupakan Faktor Eksternal adalah faktor lingkungan luar yang akan berpengaruh terhadap keberlanjutan aktivitas pasar yang dimaksud. Dari hasil kajian tersebut diatas selanjutnya dipetakan kedalam Faktor Internal dan Faktor Eksternal:

Dari hasil tersebut diatas selanjutnya dapat dipilah menjadi faktor internal dan eksternal yang menjadi basis strategi perencanaan melalui analisis SWOT: Berikut adalah gambaran hasil pemilihan masing-masing indikator hasil survei yang telah dimasukkan dalam matrik SWOT. Yang selanjutnya dijadikan dasar strategi rencana pengembangan: dimana terdapat strategi yang dipilih yaitu Strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T dan Strategi W-T.

Gb. 5.25. MATRIK SWOT

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>STRENGTHS (S)</p> <p>Faktor Lokasi: Ramai Pengunjung, mudah dijangkau transportasi, ada dukungan akomodasi seperti penginapan dan pusat perbelanjaan, tempat ibadah disekitar lokasi</p> <p>Daya Tarik: Tidak dijumpai di tempat lain.</p> <p>Faktor Produk: Sangat beragam , dan harga bersaing.</p> <p>Pelaku: Usia Produktif</p> <p>Dampak : meningkatkan ekonomi masyarakat.</p>	<p>WEAKNESSES (W)</p> <p>Perilaku: Pelanggaran penggunaan fungsi RTH dan Kurang menjaga kebersihan dan lingkungan</p>
<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <p>Penerimaan Masyarakat dan perubahan gaya hidup, dukungan pemerintah, dan pertumbuhan ekonomi , serta perkembangan medsos.</p>	<p>STRATEGI S – O</p>	<p>STRATEGI W=O</p>
<p>TREATHS (T)</p> <p>Perilaku masyarakat yang buruk terhadap lingkungan, ketertiban, tindak kejahatan. Beroperasinya jalan tol</p>	<p>STRATEGI S-T</p>	<p>STRATEGI W – T</p>

1) STRATEGI KEBIJAKAN S-O

a. Strategi Jangka Pendek

1. Penataan di kawasan taman Sorogenen agar keberadaan taman tetap terjaga asri dan indah; transaksi jual-beli burung menempati areal yang ditentukan; dan tempat parkir diatur agar lebih tertib
2. Pengembangan obyek wisata burung malam hari yang hanya ada di Kota Pekalongan (Pekalongan *birds night market*)
3. Fasilitasi jaringan internet
4. Pelatihan pemanfaatan media social untuk usaha.

b. Strategi Jangka Panjang

1. Pembangunan sarana usaha yang lebih representative
2. Perencanaan relokasi dengan memilih lokasi yang sesuai dengan peruntukannya (tidak melanggar Perda RTRW)

2) STRATEGI KEBIJAKAN W-O

1. Sosialisasi pengembalian fungsi RTH kepada pelaku usaha (penjual dan pengunjung)
2. Fasilitasi pengadaan tempat pembuangan sampah di kawasan pasar

3. Pemasangan papan-papan pemberitahuan untuk menjaga kebersihan bagi pelaku (penjual dan pengunjung)

3) STRATEGI KEBIJAKAN S-T

1. Sosialisasi perilaku hidup bersih-sehat kepada masyarakat sekitar
2. Fasilitasi petugas ketertiban dan keamanan

4) STRATEGI KEBIJAKAN W-T

1. Sosialisasi Perda RTRW
2. Pemberian sanksi bagi pelanggan ketertiban

BAB VI

KESIMPULAN:

6.1. SIMPULAN:

1. “Pasar Burung Malam” bukanlah pasar sebagaimana yang diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Tentang Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern Pasar tradisional. Keberadaannya masih dianggap tidak resmi dan belum diatur oleh lembaga manapun, baik pemerintah maupun swasta.
2. Keberadaan “ Pasar Burung malam” secara nyata berdampak pada pada aspek sosial dan ekonomi. Aspek sosial meliputi kebutuhan untuk bersosialisasi dan wisata malam. Dari aspek ekonomi keberadaan “Pasar Burung Malam” adalah peluang bisnis untuk mencari tambahan penghasilan, meningkatkan pendapatan pedagang dan tukang parkir, dinamika ekonomi Kota Pekalongan lebih meningkat.
3. Aktivitas “Pasar Brurung Malam” yang dilakukan di RTH Sorogonan merupakan bentuk pelanggaran terhadap Peraturan daerah Kota Pekalongan

Nomor 30 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Pekalongan Tahun 2009 – 2029 dan menurunkan fungsi-fungsi RTH seperti penyerap CO₂, Pelestarian air tanah, penahan angin, ameliorasi iklim, habitat hidupan liar, fungsi sosial, dan fungsi ekonomi. Karena keberadaan “Pasar Burung Malam” memberikan dampak negatif berupa rusaknya sebagian taman akibat digunakan sebagai tempat jualan, menurunnya keindahan, kotor dan bau.

6.2. REKOMENDASI

1. Pemerintah Kota Pekalongan segera memutuskan kepastian legalitas “Pasar Burung Malam” sehingga Pemerintah Kota Pekalongan dapat melakukan langkah langkah persuasif kepada para pedagang guna menyelamatkan dan mendudukan fungsi RTH yang sebenarnya, serta memberikan lokasi yang lebih representatif untuk aktivitas “Pasar Burung Malam”
2. Pemerintah melakukan pembinaan dan pemberdayaan meliputi kegiatan 1) mengatur ; 2) mengendalikan, dan 3) mengawas kegiatan-kegiatan pedagang agar tercipta suasana pasar yang lebih kondusif.
3. Aktivitas dan keberadaan “Pasar Burung Malam “ yang unik dan tidak dimiliki oleh daerah lain, Pemerintah Kota Pekalongan dapat menjadikan aktivitas ” Pasar Burung Malam” sebagai salah satu icon destinasi wisata

malam di Kota Pekalongan untuk menarik wisatawan domestik dan wisatawan asing lebih mengenal Kota Pekalongan.

4. Mengingat fungsi utama taman Sorogenen adalah untuk kawasan RTH, maka Pemerintah Kota Pekalongan dapat mengambil 2 kemungkinan kebijakan sebagai berikut :

- 4.1. Jika keberadaan pasar burung malam tetap dipertahankan di kawasan

Sorogenen, maka beberapa kebijakan jangka pendek yang sebaiknya dilaksanakan adalah :

- a. Penataan lingkungan agar ada pemisahan areal taman, pasar burung, tempat parkir, dan sarana lainnya sehingga lebih tertib
- b. Melegalkan keberadaan pasar burung malam
- c. Fasilitas sosial dan umum yang dikelola oleh Pemerintah Kota Pekalongan agar lebih maksimal pengelolaannya
- d. Pendirian Posko untuk petugas keamanan dan ketertiban
- e. Sosialisasi perilaku hidup bersih-sehat kepada pelaku usaha pasar burung (penjual dan pengunjung)
- f. Penerbitan peraturan tentang sanksi bagi pelanggar keamanan, ketertiban dan kebersihan

- 4.2. Jika akan dilakukan relokasi pasar burung malam, maka kebijakan yang harus dilakukan adalah :

- a. Penyiapan lahan yang mencukupi kebutuhan transaksi pasar burung malam dan semua aktivitas yang mengikuti karena adanya multiplier efek
- b. Mempersiapkan infrastruktur jalan untuk akses menuju lokasi yang baru, serta pembangunan sarana/prasarana umum seperti Toilet, Musholla, dan sebagainya
- c. Sosialisasi kepada penjual dan pengunjung pasar burung terkait dengan rencana relokasi
- d. Pendataan pedagang burung untuk dipersiapkan lapak-lapak untuk usaha

DAFTAR PUSTAKA

- Alisyahbana, (2005), *Marginalisasi Sektor Informal Perkotaan*, ITS Press, Surabaya.
- Breman, Jan, 1991. Sistem Tenaga Kerja Dualistis: Analisis Empiris Terhadap data dari Berbagai Negara di Dunia Ketiga, (dalam Chris Manning, dkk), *Urbanisasi, Pengangguran, dan Sektor Informal di Kota*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Aminuddin. 2000. *Sosiologi Suatu Pengenal Awal*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, Suharsini. 1999. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hasbullah, 2006. *Sosial Capital*. Jakarta: United Press Jakarta.
- Leksono, S, 2009. *Runtuhnya Modal Sosial, Pasar Tradisional*, Malang: CV Citra Malang
- Limbong, Dayat, 2006. *Penataan Lahan Usaha PKL Ketertiban vs Kelangsungan Hidup*. Medan: Pustaka Bangsa Press
- L.V.Ratna Devi S, *Revitalisasi Pasar Tradisional pada Masyarakat Modern*,
- Ritzer, George dan Goodman, Douglas J. 2009. *Teori Sosiologi*. Diterjemahkan oleh Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- _____, 2008. *Teori Sosiologi*. Diterjemahkan oleh Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Safaria, dkk. 2003. *Hubungan Perburuhan Di Sektor informal*. Bandung: Yayasan AKATIGA.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: AFABETA, CV.
- Sukanto, Soerjono. 2000. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Suparlan, Parsudi. 1993. *Kemiskinan di Perkotaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Yustika, Ahmad Erani. 2000. *Industrialisasi Pinggiran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- BPS. Kota Pekalongan dalam Angka Tahun 2016.

Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Tentang
Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional,
Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern
Perda Nomor: 30 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Pekalongan

<http://sosiologi.fisip.uns.ac.id/wp-content/uploads/2012/04/Pasar-Tradisional.pdf>

LAMPIRAN



Gb.1. Kegiatan Transaksi Burung di “Pasar Burung Malam” di RTH Sorogenen



Gb.2. Pedagang Menyandarkan Burung dagangannya di Pohon-pohon taman di RTH Sorogenen



Gb.4. Para Pedagang menjajagan Burung di Taman Hijau di RTH Sorogenen



Gb.4. Contoh Jenis Burung yang diperdagangkan di “Pasar Burung Malam” di RTH Sorogenen



Gb. 5. Pedagang Kain di “Pasar Burung Malam” RTH Sorogenen



Gb. 6. Pedagang Makanan di “Pasar Burung Malam” RTH Sorogenen



Gb. 5 Kondisi Pencahayaan Di “Pasar Burung Malam” RTH Sorogenen.



Gb.6. Aktivitas Kebersihan pagi hari di RTH Sorogenen selepas Aktivitas “Pasar Burung Malam”
Terlihat di sudut kiri taman terdapat gerobak yang ditinggal pedagang.